**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

**Кваліфікаційна робота магістра**

на тему: Європейський досвід соціального підприємництва – орієнтири соціально-економічного розвитку України

Виконав: студент 2 курсу,

групи 8.0512-ме

спеціальності 051 «Економіка»

освітньої програми «Міжнародна економіка»

Згурський С.А.

Керівник:

д.е.н., професор Переверзєва А.В.

Рецензент: д.е.н., професор Бабміндра Д.І.

Запоріжжя

2023 рік

**Міністерство освіти і науки України**

**Запорізький національний університет**

Факультет економічний

Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

Рівень вищої освіти магістр

Спеціальність 051«Економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Зав.кафедри\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ р.

**З А В Д А Н Н Я**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТОВІ**

**Згурському Станіславу Андрійовичу**

(прізвище, ім’я, по-батькові)

1.Тема роботи (проєкту)

Європейський досвід соціального підприємництва – орієнтири соціально-економічного розвитку України

керівник роботи (проєкту) д.е.н., професор Переверзєва А.В.

затверджена наказом по інституту від «01» травня 2023 р. № 650-с; «18» вересня 2023 р. №1446-с

2. Строк подання студентом роботи (проєкту) 04.12.2023

3. Вихідні дані до роботи (проєкту) інформаційна база законодавчих та нормативних урядових актів, матеріали державної служби статистики України, публікації у фахових журналах, електронні економічні публікації, Інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити)

еволюція розвитку соціального підприємства, напрями дослідження категорії «соціальне підприємництво», чинники розвитку та моделі соціального бізнесу, оцінка рівня сприятливості розвитку соціального підприємництва, європейські практики впровадження соціальних бізнес-ініціатив, можливості імплементації міжнародного досвіду розвитку національного соціального підприємництва, прогнозування та стратегічні орієнтири соціального бізнесу в Україні.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень) основні вектори діяльності соціального підприємництва;

напрями дослідження соціального підприємництва в науковій літературі;

покроковий алгоритм оцінки та прогнозування рівня сприятливості економіки країни до розвитку соціального підприємництва.

6. Консультанти розділів роботи (проекту)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | ПІП, посада  консультанта | Підпис, дата | |
| Завдання  видав | Завдання  прийняв |
| Вступ | Переверзєва А.В., професор | 12.09.2023 | 12.09.2023 |
| І розділ | Переверзєва А.В., професор | 18.09.2023 | 18.09.2023 |
| ІІ розділ | Переверзєва А.В., професор | 16.09.2023 | 16.09.2023 |
| ІІІ розділ | Переверзєва А.В., професор | 13.11.2023 | 13.11.2023 |
| Висновки | Переверзєва А.В., професор | 13.11.2023 | 13.11.2023 |

7. Дата видачі завдання 19.06.2023

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Назва етапів дипломного  проекту (роботи) | Термін виконання етапів  проєкту (роботи) | Примітка |
| 1 | Вибір теми | 19.06.2023 | 19.06.2023 |
| 2 | Складання робочого плану | 26.06.2023 | 26.06.2023 |
| 3 | Підбір літератури та вивчення літературних джерел | 07.08.2023 | 07.08.2023 |
| 4 | Складання плану | 11.09.2023 | 11.09.2023 |
| 5 | Виконання вступу | 12.09.2023 | 12.09.2023 |
| 6 | Виконання розділу 1 | 18.09.2023 | 18.09.2023 |
| 7 | Виконання розділу 2 | 16.10.2023 | 16.10.2023 |
| 8 | Виконання розділу 3 | 13.11.2023 | 13.11.2023 |
| 9 | Формулювання загальних висновків | 20.11.2023 | 20.11.2023 |
| 10 | Подання роботи на кафедру на передзахист | 22.11.2023 | 22.11.2023 |
| 11 | Попередній захист роботи на кафедрі | 24.11.2023 | 24.11.2023 |
| 12 | Оформлення роботи та проходження нормоконтролю | 27.11.2023 | 27.11.2023 |
| 13 | Одержання відгуку та рецензії | 27.11.2023 | 27.11.2023 |
| 14 | Подання остаточного варіанту роботи на кафедру | 04.12.2023 | 04.12.2023 |

**Студент – дипломник \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**С.А. Згурський

(підпис)

**Керівник проєкту** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В. Переверзєва

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** А.В. Переверзєва

(підпис)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 100 с., 18 рис., 10 табл., 3 додатки, 90 джерел.

Об'єктом дослідження є науково-методичні основи соціального підприємництва в країнах ЄС та Україні.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні основи соціального підприємництва як орієнтиру соціально-економічного розвитку України.

Мета роботи – вивчення теоретичних основ соціального підприємництва, розробка практичних рекомендацій щодо підвищення рівня соціально-економічного розвитку України, використовуючи позитивний досвід країн ЄС у галузі соціального бізнесу.

Методи дослідження – економічного, історичного аналізу, абстрагування, систематизації поглядів до визначення понятійно-категоріального апарата регіональної політики, статистичного, порівняльного, факторного аналізу.

У першому розділі кваліфікаційної роботи досліджено еволюцію розвитку соціального підприємства, виокремлено напрями дослідження категорії «соціальне підприємництво», визначено чинники розвитку та моделі соціального бізнесу. У другому розділі оцінено рівень сприятливості розвитку соціального підприємництва, проаналізовано бізнес-середовище розвитку соціального підприємництва країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону, вивчено європейські практики впровадження соціальних бізнес-ініціатив. У третьому розділі з’ясовано можливості імплементації міжнародного досвіду розвитку національного соціального підприємництва, здіснено прогнозування та стратегічні орієнтири соціального бізнесу в Україні.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО, НЕКОМЕРЦІЙНІ ЦІЛІ, СОЦІАЛЬНИЙ ЕФЕКТ, СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ, ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД, ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ

SUMMARY

Qualification work: 100 pages, 18 figures, 10 tables, 3 appendices, 90 sources.

The object of the study is the scientific and methodological foundations of social entrepreneurship in the EU countries and Ukraine.

The subject of the study is the theoretical and practical foundations of social entrepreneurship as a guide for the socio-economic development of Ukraine.

The purpose of the work is to study the theoretical foundations of social entrepreneurship, to develop practical recommendations for increasing the level of social and economic development of Ukraine, using the positive experience of EU countries in the field of social business.

Research methods – economic, historical analysis, abstraction, systematization of views to define the conceptual and categorical apparatus of regional policy, statistical, comparative, factor analysis.

In the first section of the qualification work, the evolution of the development of social enterprise was investigated, the research directions of the "social entrepreneurship" category were singled out, the factors of development and models of social business were determined. In the second chapter, the level of favorability of the development of social entrepreneurship was assessed, the business environment for the development of social entrepreneurship in the countries of the Asia-Pacific region was analyzed, and European practices of implementing social business initiatives were studied. In the third chapter, the possibilities of implementing international experience in the development of national social entrepreneurship are clarified, forecasting and strategic orientations of social business in Ukraine are discussed.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP, NON-COMMERCIAL GOALS, SOCIAL EFFECT, STRATEGIC GUIDELINES, FOREIGN EXPERIENCE, IMPLEMENTATION

ЗМІСТ

|  |  |
| --- | --- |
| Завдання на кваліфікаційну роботу……………………………………………. | 4 |
| Реферат…………………………………………………………………………… | 6 |
| Summary…………………………………………………………………………... | 7 |
| Перелік умовних посилань, символів, одиниць, скорочень і термінів…......... | 8 |
| ВСТУП …………………………………………………………………………... | 9 |
| 1 Теоретичні ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА……………………………………………………………….. | 12 |
| 1.1 Еволюція розвитку соціального підприємства………………………. | 12 |
| 1.2 Напрями дослідження категорії «соціальне підприємництво.……… | 16 |
| 1.3 Чинники розвитку та моделі соціального бізнесу…………………… | 26 |
| Висновки до розділу 1……………………………………………………. | 26 |
| 2 АНАЛІЗ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В КРАЇНАХ СВІТУ……………………………………. | 34 |
| 2.1 Оцінка рівня сприятливості розвитку соціального підприємництва………………………………………….………………..…….. | 36 |
| 2.2 Аналіз бізнес-середовища розвитку соціального підприємництва країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону…………………………………….. | 42 |
| 2.3 Європейські практики впровадження соціальних бізнес-ініціатив | 54 |
| Висновки до розділу 2…………………………………………………… | 63 |
| 3 ПРОГНОЗУВАННЯ ТРЕНДІВ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ….…………………………………………… | 65 |
| 3.1 Імплементація міжнародного досвіду розвитку національного соціального підприємництва .........…………………..…………………............. | 65 |
| 3.2 Прогнозування та стратегічні орієнтири соціального бізнесу в Україні…...……………….………….……………………………………………. | 71 |
| Висновки до розділу 3……………….…………………………………… | 79 |
| ВИСНОВКИ………………………….…………………………………… | 80 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……………………………….... | 84 |
| ДОДАТОК А. Рівень сприятливості країни до розвитку соціального підприємництва та чинники впливу……………………………………………. | 94 |
| ДОДАТОК Б. Анкета оцінки розвикту соціального підприємництва… | 96 |
| ДОДАТОК В. Декрарація академічної доброчесності……...………….. | 100 |

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОСИЛАНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

|  |  |
| --- | --- |
| Скорочення | Слово/словосполучення/ |
| ЄС | Європейський Союз |
| СП | Соціальне підприємство |
| БФ | Благодійний фонд |
| НО | Некомерційні організації |

ВСТУП

**Актуальність.** На сучасному етапі розвитку економіки виникає потреба в соціальних підприємствах, котрі визначаються як агенти змін, що беруть на себе функції вирішення нагальних соціальних проблем, використовують найбільш ефективні способи та підходи.

Таким чином, соціальні підприємства являють собою форму господарювання, яка характеризується ефективним поєднанням ринкових механізмів із важелями державної політики, використовуючи для вирішення проблем інноваційні методи та креативні підходи.

Соціальне підприємство – це вид бізнесу, де показник результатів та показники успіху вимірюються не лише як прибуток. Адже соціальні підприємства зазвичай вимірюють успіх на основі тримірності: людський капітал. Вплив бізнесу на людину та здатність впливати на соціальні зміни, покращувати життя та розвивати спільноту на стійкій основі; планета. Вплив на навколишнє середовище – яким є внесок у розвиток планети або у зменшення вуглецевого сліду (викиди CO2) бізнесу та клієнтів; прибуток. Як і традиційний бізнес, соціальні підприємства повинні створювати додану вартість, щоб успішно функціонувати та розвиватися.

Досвід країн Європи показує, що «соціальне підприємство» - інноваційна форма бізнесу, котра дозволяє вирішувати соціальні питання на сонвоі використання власного підходу, котрий можу бути успішно реалізований завдяки некомерційним організаціям, але мати коменційні цілі.

У науковій літературі представлена значна кількість праць, присвячених теоретичним і практичним аспектам соціального підприємництва. Серед українських вчених значну увагу вивченню різних аспектів функціонування та розвитку соціальних підприємств приділяли: І.І. Березняк, З.І. Галушка, О.Б. Кірєєва, В.І. Удодова та В.І. Шаповал та інші. Вчені, як провило, досліджують й доповнюють поняття «соціальне підприємництво», обґрунтовують доцільність його функціонування й розвитку в умовах посилення впливу глобальних тенденцій. Людський капітал досліджували Бородіна О., Головко Л., Грішнова О., Куценко В.І., Євтушенко Г.І. та інші.

**Мета і завдання.** Метою кваліфікаційної роботи є вивчення теоретичних основ соціального підприємництва, розробка практичних рекомендацій щодо підвищення рівня соціально-економічного розвитку України, використовуючи позитивний досвід країн ЄС у галузі соціального бізнесу.

На основі поставленої мети, сформульовані основні завдання кваліфікаційної роботи:

* дослідити еволюція розвитку соціального підприємства;
* виокремити напрями дослідження категорії «соціальне підприємництво»;
* визначити чинники розвитку та моделі соціального бізнесу;
* оцінити рівень сприятливості розвитку соціального підприємництва;
* проаналізувати бізнес-середовище розвитку соціального підприємництва країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону;
* вивчити європейські практики впровадження соціальних бізнес-ініціативвизначити;
* з’ясувати можливості імплементації міжнародного досвіду розвитку національного соціального підприємництва;
* здіснити прогнозування та стратегічні орієнтири соціального бізнесу в Україні.

**Об'єктом дослідження** є науково-методичні основи соціального підприємництва в країнах ЄС та Україні.

**Предметом дослідження** є теоретичні та практичні основи соціального підприємництва як орієнтиру соціально-економічного розвитку України.

**Методи дослідження.** У дослідженні використано загальнонаукові та специфічні методи, а саме: економічного, історичного аналізу, абстрагування, систематизації поглядів до визначення понятійно-категоріального апарата регіональної політики, статистичного, порівняльного, факторного аналізу.

**Інформаційна база дослідження**: українських та зарубіжних монографії та наукові публікацій у фахових виданнях, Програми та Стратегії розвитку України та ЄС.

**Наукова новизна** полягає у теоретичному обґрунтуванні способу вирішення питання щодо розвитку соціального підприємництва як орієнтиру соціально-економічного розвитку України; розробці практичних рекомендацій щодо підвищення його рівня в національній економіці.

**Практичне значення дослідження** полягає у тому, що отримані результати дослідження та надані рекомендації спрямовані на підвищення рівня національного добробуту через розвиток соціального підприємництва.

**Основні положення та висновки кваліфікаційної роботи:** «Європейський досвід соціального підприємництва» - IV Міжнародна науково-практична конференція «Інновації для відродження:національний, регіональний, міжнародний контекст»; стаття «Соціальне підприємництво як спосіб розвитку людського капіталу: європейський досвід та національні особливості» у фаховому журналі «Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки» (№3, 2023 р.). Опубліковані праці в повністю відображають основні результати роботи.

**1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

* 1. **Еволюція розвитку та сутність соціального підприємства**

Для поглибленого вивчення сутності соціального підприємництва, необхідно проаналізувати процес історичного становлення, етимологічної трансформації поняття та доцільності використання для опису господарюючих суб’єктів.

Соціальне підприємництво виникло як спосіб вирішення соціальних проблем, таких як: безробіття, бідність, відсутність суспільної взаємодії тощо. Діяльність соціальних підприємств спрямована на на задоволення потреб членів громади, які не може забезпечити державний сектор, а приватний – не має стимулів. Саме це і актуалізує значущість діяльності соціальних підприємств. Соціальне підприємство приносить користь суспільству, допомагаючи державі вирішувати соціальні питання на онсові викорситання інноваційного підходу та максимально можливо задовольняти необхідні потреби людства Саме суспільство; забезпечувати додатковими робочими місцями; сприяти накопиченню професійног досвіду тих, хто задіяний в роботі соціального підприємства з метлю можливого працевлаштування в майбутньому, враховуючи вимоги сучасного ринку праці; сприяти розвитку громад, котрі включають людей із соціально вразливих груп населення, надаючи їх роботу; активізація діяльності членів громади для самостійного вирішення власних проблем та формування відчуття відповідальності за результати джіяльності; концентрація уваги на групах населення, котрі потребують додаткової підтримки та допомоги; сприяння розвитку сільських територій та вдосоналення соціальної інфраструктури.

Соціальне підприємництво існує ще з початку XIX ст. Попередніми аналогами суб’єктів соціальної спрямованості, на думку Дж. Макклурга, були монастирі, недільні церковні школи, створені за рахунок коштів громади чи меценатів, лікарні, будинки для людей похилого віку, які несуть соціальну місію [1].

Зауважимо, що термін «соціальне підприємництво» є сучаним, але використовується протягом тривалого часу. Перші згадки про поняття «соціальне підприємництво» і «соціальний підприємець» були в іноземній літературі в 1960-х, яка стосувалася соціальних трансформацій. Загальновживаними зазначені категорії стали в 1980-х, період, в якому засновника компанії «Ашока» Білл Дрейтон розпочав пітримувати та мотивувати діяльність соціальних підприємства на світовому рівні на основі надання стипендій. На той час у світі налічувалося 3000 соціальних підприємств, котрі отримували стипендію з 70 країн світу. Першими соціальними підприємцями-стипендіатами були: [Флоренс Найтінгейл](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?hl=ru&ie=UTF-8&langpair=auto%7Cuk&u=http://ru.wikipedia.org/wiki/%25D0%25A4%25D0%25BB%25D0%25BE%25D1%2580%25D0%25B5%25D0%25BD%25D1%2581_%25D0%259D%25D0%25B0%25D0%25B9%25D1%2582%25D0%25B8%25D0%25BD%25D0%25B3%25D0%25B5%25D0%25B9%25D0%25BB&tbb=1&rurl=translate.google.com.ua&twu=1&usg=ALkJrhi8NAdfya5j8zklOmZJmNUfYC9vSg), яка заснувала перший навчальний заклад для медичних працівників жінок у Великій Британії; Роберт Оуен, котрий започаткував кооперативний рух, мета якого полягала в захисті інтересів членів організаці; Віноб Бхаве – зачинатель та керівник руху «Земля в дар» у Індії. Успіх соціальних підприємств обумовлений інноваційним підходом до вирішення соціальних проблем у ХІХ ст. та ХХ ст. [[2]](https://voxukraine.org/uk/sotsialne-pidpryemnytstvo-yak-neotsinenna-neobhidnist-dlya-ukrainy-ua/#_ftn1).

Підкреслимо, що існує значна кількість теоретичних підходів довизначення сутності соціального підприємства. Найпоширеніше визначення соціального підприємництва належить Г.  Дізу, який виокремив п’ять факторів, що уособлюють собою соціальне підприємництво [[2]](https://voxukraine.org/uk/sotsialne-pidpryemnytstvo-yak-neotsinenna-neobhidnist-dlya-ukrainy-ua/#_ftn1):

1. здатність брати на себе відповідальність;
2. створення і підтримка соціальної цінності (блага);
3. моніторинг й використання нових можливостей для реалізації обраної місії;
4. систематичне впровадження інновацій, адаптації та навчання;
5. рішучість дій, не обмежена географічним розташуванням ресурсів;
6. значний рівень відповідальності підприємця за результати своєї діяльності.

На основі вищезазначеного, можна виокремити вектори діяльності соціального підприємництва.



Рис. 1.1 – Основні вектори діяльності соціального підприємництва

Джерело: побудовано автором за даними [3]

Основними напрямами діяльності соціального підприємтсва (рис. 1.1) є вирішення соціальної проблеми (соціальний вектор), отримання вигоди (ринковий вектор), використання інноваційних способів до вирішення проблем (інноваційний вектор).

Починаючи з кінця ХХ ст. економічна категорія «соціальне підприємництво» перебуває в центрі уваги багатьох науковців на світовому рівні, адже є сисмбіозом зхарактеристик традиційних форм господарювання та соціальної місії. Починаючи з 2000 рр. ідея соціальне підприємництва набуває значних обертів у розвинених країнах світу [[2]](https://voxukraine.org/uk/sotsialne-pidpryemnytstvo-yak-neotsinenna-neobhidnist-dlya-ukrainy-ua/#_ftn1).

Розгянувши еволюцію розвитку поняття «соціального підприємництва» постає необхідність визначити принципи функціонуваття та види зазначеної форми бізнесу.

Соціальне підприємство являє собою форму бізнесу, результат ядіяльності якого визначається не лише матеріальною складовою. Адже соціальні підприємства зазвичай вимірюють успіх на основі тривірності [[4]](https://voxukraine.org/uk/sotsialne-pidpryemnytstvo-yak-neotsinenna-neobhidnist-dlya-ukrainy-ua/#_ftn1):

1. люди. Вплив бізнесу на людину та можливість впливу на соціальні трансформації, підвищення рівня життя та добробуту, підтримка стійких відносин у суспільстві;
2. планета. Вплив на навколишнє середовище – яким є внесок у розвиток планети або у зменшення вуглецевого сліду (викиди CO2) бізнесу та клієнтів;
3. прибуток. Як і традиційний бізнес, соціальні підприємства повинні створювати додану вартість, щоб успішно функціонувати та розвиватися,

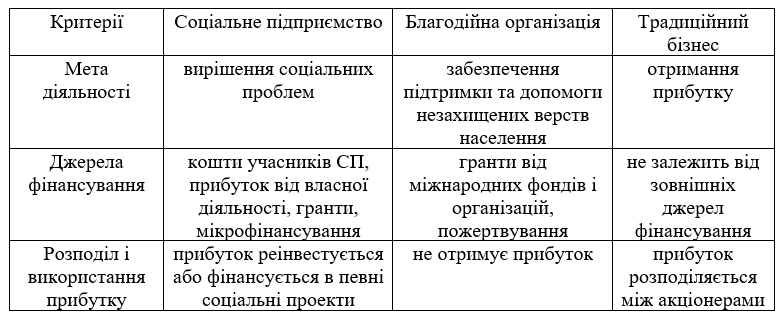
Існує ще й така позиція щодо інтерпретації соціального бізнесук соціальне підприємництво – напрямок комерційної діяльності на добру справу. Серед численних форм соціального підприємництва варто виокремити [[5]](https://voxukraine.org/uk/sotsialne-pidpryemnytstvo-yak-neotsinenna-neobhidnist-dlya-ukrainy-ua/#_ftn1):

1. некомерційна. Звільнений від оподаткування суб’єкт господарювання, який інвестує надлишкові кошти в місію;
2. кооперативна. Бізнес, організований для його членів. Кредитні спілки та громадські продовольчі торгові мережі – деякі приклади кооперативів. Прикладом можуть бути великі корпорації;
3. бізнес соціального призначення, діяльность якого розпочинається з вирішення соціальної проблеми;
4. соціальна фірма, яка забезпечує людей місцем роботи, якщо в цьому є потреба;
5. соціально відповідальний бізнес. Ці компанії підтримують соціальні місії щодо вирішення проблем навколишнього середовища чи нагальних питань географічно близьких до компанії об’єктів, як частину їх повсякденних ділових операцій;
6. для отримання прибутку. Соціальні підприємства забезпечують найбільший прибуток, але спрямовують кошти на допомогу, підвищують рівень обізнаності чи іншим чином підтримують соціальні цілі.

Сутність соціального підприємництва можна визначити на основі здійснення порівняльног аналізу соціальних бізнес-ініціатив із традиційними формами господарювання (табл. 1.1).

Аналізуючи схожість та відмінність за певними критеріями, зауважимо, що головною метою соціального підприємства є вирішення соціальної проблеми, благодійництва – підтримка незахищених верств населення, а традиційного бізнесу – отримання матеріальної вигоди. Різними є також джерела фінансування та механізми розподілу та використання прибутку.

Таблиця 1.1 – Основні відмінності між соціальним підприємництвом, благодійництвом і традиційним бізнесом



Джерело: складено автором за даними [1]

Дослідження сутності поняття «соціальне підприємництво» на основі аналізу історичного розвитку та порівння з іншими формами бізнесу, дозволяє підсумувати, що це явищи динамічно розвивається відповідно до вимог сучасності та поширюється на всі сфери життєдіяльності сусіпльства.

* 1. **Напрями дослідження категорії «соціальне підприємництво**

У науковій літературі соціальне підприємництво досліджується в певних напрямах: поняття «соціальне підприємництво», роль соціального підприємця, гендерний аспект у діяльності соціального підприємства та міжнародний досвід соціального підприємництва (рис. 1.2).

Питання єдиного підходу до теоретичного визначення поняття «соціальне підприємництво» є невирішеним, хоча існують окремі наукові точки зору щодо трактування зазначеної економічної категорії. Зауважимо, що перш за все необхідним є законодавче визначення соціального підприємництва з метою регулювання діяльності подібних суб’єктів господарювання, а також виокремлення умов економічного та соціального середовища функціонування. У більшості країн це питання залишається відкритим, але діяльність соціальних підприємств регулюється в межах існуючої нормативно-правової бази на основі реєстрації як подібна організаційно-правова форма підприємства.

**НАПРЯМИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕКОНОМІЦІ КРАЇНИ**

Поняття «Соціальне підприємництво»

Соціальний підприємець

Гендерний аспект у діяльності соціального підприємства

Напрям 1

Напрям 2

Напрям 3

Напрям 4

Міжнародний досвід соціального підприємництва

Рис. 1.2 – Напрями дослідження соціального підприємництва в науковій літературі

Джерело: побудовано автором самостійно

Більшість науковців, визначають поняття «соціальне підприємництво» як критерій домінування некомерційних цілей над комерційними, котрі є способом вирішення соціальних питань [6]. На нашу думку, в межах соціального підприємництва домінування повинно поєднуватися з компліментарністю некомерційних та комерційних цілей, та розглядатися як цілісна система.

Деякі вчені [7] розглядали соціальні підприємства як гібридну форму організації бізнесу, яка є способом подолання кризи 2008 р., від зростання рівня безробіття та зниження рівня життя людей. Учені визначають соціальні підприємства як організації, що поєднують підприємництво з вбудованою соціальною метою, із зазначенням гібридності цілей – прагнення до фінансової стійкості та соціальної місії [8-9]. Протилежної точки зору щодо гібридності дотримуються [10]. Науковці відходять від традиційної концепції «гібридність як симбіоз місії та ринку (мета проти ресурсу)», а розглядають соціальне підприємництво як поєднання економічної системи (перерозподіл, взаємодія та ринок) та соціально-ціннісних орієнтацій (особистої, взаємної або суспільної вигоди).

Значну увагу в дослідженнях приділено визначенню впливу гібридності на особливості системи управління, залучення людських та фінансових ресурсів [11]. Учені розглядають проблеми управління, що стоять перед організаціями, які переслідують соціальну місію за допомогою використання ринкових механізмів. Вони виділяють два ідеальні типи таких гібридів – диференційовані та інтегровані, і дві ключові проблеми управління, з якими вони мають справу: підзвітність за соціальними та економічними цілями та підзвітність перед основними зацікавленими сторонами. У роботі теоретично доведено важливість організаційного управління та роль управлінських рад у визначенні пріоритетності та узгодженні потенційно суперечливих цілей та інтересів, щоб уникнути зміни місії та підтримки організаційної гібридності соціальних підприємств.

Вплив різних стилів управління на організаційну прихильність та інноваційну поведінку працівників соціальних підприємств розглядали [12]. Науковці довели, що лідерство позитивно впливає на інноваційну поведінку працівників, на відміну від примусових методів управління.

Зв'язок між системою управління, інноваційністю та ефективністю діяльності соціальних підприємств проаналізовано в праці [13]. Науковці показали, що соціальні підприємства є унікальними та інноваційними за своїми характеристиками, що сприяє зростанню їх економічної та соціальної цінності для вирішення проблем суспільства. Проте певні наукові результати показують, що соціальна спрямованість підприємства послаблює його економічні показники, які потенційно могли б бути вищими за умови обрання іншої бізнес-моделі [14]. Причинами повільного розповсюдження такої форми інноваційного бізнесу як «соціальне підприємництво» є неефективність процесу управління знаннями, а не дефіцит ресурсів [15], що було доведено вченими на основі поєднання теорії управління знаннями та наукових досягнень у галузі дослідження соціального підприємництва.

Порівняльний аналіз соціального підприємництва з традиційними бізнес-моделями представлено в праці [16-17]. Науковці [18] проаналізували ставлення працівників комерційних та соціальних підприємств до прибутку та соціальної місії. Дослідження є значним внеском у визначення психологічних механізмів, які є основою сприйняття та ставлення людей до соціальних підприємств.

Визначення категорії «соціальне підприємництво» [19] концентрується на двох ключових характеристиках – інноваційності та можливості вирішувати соціальні питання, що є особливо актуальним для слаборозвинених країн та країн, що розвиваються, як інструмент прискорення соціально-економічного розвитку.

Деякі науковці розглядають соціальне підприємництво як можливість змінити світ [20],що особливо актуальзіється в умовах посилення впливу викликів сьогодення, упішно протиястояти яким можна лише за умови поєднання зусиль на світовому рівні та визначення спілдьних пріоритетів. що є актуальним за умови загострення глобальних проблем, необхідності консолідації зусиль усіх країн світу та переосмислення пріоритетів майбутнього розвитку.

Концептуальними перспективами для формування нової системи соціального підприємництва визначено п'ять ключових аспектів соціального підприємництва: соціальне забезпечення, соціальний капітал, соціальний підприємець, створення економічної цінності та колективна взаємодія [21].

Вчені [22] вивчають проблеми формування стратегії соціального підприємства. Оскільки така бізнес-модель передбачає наявність як соціальних, так і комерційних цілей, то виникають труднощі щодо формування стратегії розвитку. Адже метою є не лише отримання бажаного доходу, що знову вкласти кошти в розвиток власної діяльності, але й інвестувати в соціальний розвиток громади. Враховуючи дефіцитність ресурсів вирішення зазначеного питання є складним і може мати негативні наслідки для підтримки стабільності в довогостроковому періоді.

Отже, питання теоретичного визначення поняття «соціальне підприємництво» є дискусійним і перспективним з точки зору майбутніх досліджень [23-26].

Аналіз особливостей діяльності соціальних підприємств вченими [27] визначає державну підтримку як пріоритетний чинник досягнення високого рівня ефективності інноваційної форми господарювання. Ззаначене передбачає дотримання нормативно-правових норм та формування сприятливого середовища для соціально-економічного розвитку.

Підтримка депжави вимагає формулювання чітких критеріїв для ідентифікації соціального підприємництва. Крім того, завдання держави є сприяння імплементації соціальних інновацій на різних рівнях функціонування економіки [28].

У своїх працях науковці [29] характеризують певні ознаки рівня впливу держави на діяльність соціального бізнесу.

Ґрунтовний аналіз соціального підприємництва, особливості формування портфелю соціальних цінностей здійснювали. Учені досліджують тенденції розвитку соціального підприємництва на сучасному етапі розвитку економіки, визначають особливості організації такої форми господарювання на основі побудови інноваційних стратегій вирішення складних соціальних проблем.

Пріорітетним у функціонуванні соціальних підприємств є вимірювання соціальної цінності та економічної ефективності. Науковці [30] запропонували компекс інструментів для всебічної оцінки внеску соціальних підприємств у загальний показник успішності розвитку та досягнення поставлених пріоритетів. Низка науковців обгрунтовує [31] необхідність оцінки впоиву соціального бізнесу з точки зору важливості стратегічних альтернатив. На основі зазначеного запропоновані бізнес-моделі, котрі найбільш повно описують діяльность соціального підприємництва.

Деякі вчені [32] визначають соціальне підприємництво з точки зору альтернатви вирішення соціальної проблеми, що стає можливим на основі інноваційних підходів та моделей в умовах неможливості дежави повністю задовольнити потреби людей. Лише на основі симбіозу ефективних форм бізнесу та спрямування на благодійність можливо ідентифікувати соціальні підприємства як гібридний тип бізнсеу [33].

Науковці встановили позитивний вплив соціального підприємництва на зайнятість населення [34], що виявляється в створенні додаткових робочих місць, і, відповідно, збільшення зайнятості населення. Зауважимо, що економічна роль соціального бізнсеу визначається також впливом напозитивність змін соціального, економічного та політичного життя саме для вразливих груп населення [35]. Науковцями були запропоновані шляхи розширення діяльності соціального бізнесу через інноваційї, лідерство, що загалом впливає на сталість розвитку економіки.

Вивченню психологічного впливу соціального підприємництва присвячені дослідження низки вчених [36], котрі підкреслюють позитивнйи вплив соціального бізнесу на формування відчуття вневненості у власних силах, що дозволяє відшувати сенс життя, ідентифікувати нові соціальні ролі та взаємозв’язки, тим самим формуючи надійний фундамент психологічної стійкості на майбутнє.

Так, на думку деяких авторів [37] соціальне підприємництво має найбільшйи позитивний ефект у галузях сервісної економіки та державному секторі, аде перш за все дозволяє вирішити питання щодо скорочення ірвня бідності та гарантування мінімальних потреь державному секторі, оскільки суттєво впливає на вирішення проблем бідності й забезпечення соціальних потреб.

На думку фахівців [38], необхідним є створення спеціальних центрів, які надають підтримку соціальним підприємствам шляхом організації семінарів, тренінгів тощо.

Зауважимо, що неважливо які цілі переслідує підприємство- матеріальні або нематеріальні – безумован голован роль належить людськийм цінностям і якості, котрі втілюються в соціальному підприємцю.

Більшість науковців [29] дотримуються точки зору, що для того, щою соціальні підприємці могли реалізувати власну місію виникає необхідність формування специфічного середовища та забезпечення кореляції між самореалізацією соціального підприємця та державою.

Вчені наголошують, що успішна діяльність соціального бізнесу в значній мірі обумовлена особистісними характеристиками соціального підприємця, а саме його підприємницькому хисту та психологічному потрету [36]. Соціальні підприємці мають більш ранню ідеологічну та лідерську підготовку [39]. Застосування регресійного аналізу дозволило довести залежність між здатність впливати на соціальні трансформації та набором психологічних характеристик.

У науокві літературі прийнято виокремлювати певні періоди у формування індивідуальних якостей соціального підприємця [40]:

* минулий час (родина та походження);
* теперішній час (таке життя, який воно є зараз);
* майбутній час (визначає бачення перспектив).

У кожному часові періоді формуються певні індивідуальні чякості: лідерські, стійкість, здатність до партнерських відносин та взаємодії.

Науковцями було доведено зв'язок рівня розвитку країни з моделями поведінки соціальних підприємців [41]. Результати продемонстрували, що ключова роль належить цінностіям та навичкам, характерним для певного середовища, що і є гловною відмінністю соціального підприємця від традиційного. Крім того, акцентовано увагу на трансформації ціннісних орієнтацій соціального підприємця тощо.

Соціальні підприємці довели можливість сумістити соціальні блага та цілі підприємницької діяльності. Підтвердженням зазначеного є наліз, проведений науковцями щодо встановлення кореляції між інтрелектуальним капітало м підприємця та рівнем успішності, ефективності управління бізнесом на основі симбіозу соціальних та економічних цілей [42].

На думку вчених соціальний підприємець являє собою «вбудованого агента», котрий має високий рівень мотивації та готовий взяти на себе весь рівень відповідальності за наслідки [43].

З точки зору гендерного аспекту науковці доводять, що соціальне підприємництво є перш за все засобом самореалізації для жінок, котрі виступають агентами змін у сучасній економіці. Вважається стереотипом, що жінки, як правило, зайняті домашніми справами. Дослідження, проведене вченими доводить, що саме соціальне підприємництво створює можливості для жінок зробити кар'єру підприємця. Важливим є також забезпечення відповідного середовища для розвитку соціального підприємництва та активізації участі жінок у соціальному бізнесі: фінансовий капітал - надання фінансової допомоги через фонди міжнародних інституцій, грантові програми; людський капітал – формальне та неформальне навчання; соціальний капітал – створення мережі для жінок-соціальних підприємців. Із зазначеною точкою зору можна погодитися, адже жінки-соціальні підприємці є більш мотивованими до вирішення соціальних питань, враховуючи індивідуальні особливості психо-фізичного стану. Чоловіки-підприємці орієнтовані на отримання результату у вигляді прибутку.

Одним із способів активізації соціального підприємництва серед жінок є створення об’єднань, котрі пропонують можливості самозайнятості, можуть сприяти соціальній активності та розширенню ділових можливостей жінок [44]. Вчені дослідили два основних напрями розвитку для жінок соціальних підприємців: елементи бізнес-моделей, що сприяють розширенню можливостей жінок та індивідуальному сприйняттю. При цьому особлива роль надається сімейному соціальному підприємництву. Перевагою колективного сімейного управління соціальним підприємством є більш високий рівень економічної безпеки, формування підприємницьких здібностей та зростання внеску в спільну справу. Слід зауважити, що така бізнес-модель є досить нестійкою, і у разі виникнення конфліктної ситуації може призвести до занепаду підприємства, що внаслідок його соціальної спрямованості негативно позначиться на тих, у кого є потреба в діяльності такого підприємства.

Науковці [45] також досліджували вплив соціального бізнесу на поширення підприємництва серед жінок у мусульманських країнах.

У міжнародному масштабі спостерігається нерівномірний розподіл соціальних підприємств та значні відмінності у функціонуванні та розвитку. Зазначене ідентифікує національний добробут, ефективність ринку праці та ідеологічні переконання [46-48]. Пошук інноваційного рішення для розвязання соціальної проблеми, що є характерним для соціального бізнесу, сприяє розробці та імплементації інновацій. Вчені визначають способи формулювання інноваційних рішень для розвязання проблеми інтеграції, поведінки та розвитку в соціумі.

У фаховій літературі досить поширеним є дослідження соціального підприємництва в країнах ЄС [49-51]. Науковці досліджують специфіку соціального підприємництва в різних бізнес-середовищах, окремі характеристики соціальних підприємств, а саме соціальна цінність, інновації та ринкова діяльність. Обґрунтовано, що соціальні підприємства повинні діяти в конкретному бізнес-контексті, що істотно перешкоджає або сприяє соціальному підприємництву. Оскільки культура відрізняється між північно-західною та південно-східною Європою, вчені підкреслюють важливість вивчення відмінностей соціального підприємництва між цими двома групами країн. Результати свідчать про те, що соціальне підприємництво більш розвинене в країнах північно-західної Європи, ніж у південно-східних. Певні аспекти правового регулювання соціального підприємництва в країнах ЄС розглядали [52]. Соціальні підприємства демонструють стійкість, котру можна вбудувати в бізнес, що передбачає вибір юридичної форми та бізнес-моделі, спрямовану на виконання соціальних та суспільних цілей. Розроблені правові норми діяльності соціальних підприємств у державах-членах Європейського Союзу (ЄС) вимагають, щоб соціальне підприємство передбачало «суспільну мету», «суспільне призначення», «суспільну користь».

Необхідність поширення та інтернаціоналізації соціальних підприємств розглядали [53-54]. Результати досліджень довели, що соціальні гібридні фірми швидше інтернаціоналізуються, за умов організація використання економічних зв'язків. Однак зв’язки соціальних мереж та державна підтримка зменшують можливості інтернаціоналізації соціальних гібридних фірм.

Необхідність розповсюдження соціального підприємництва обґрунтовано вченими [55-59], котрі довели прямий зв'язок між кількістю соціальних підприємств та обсягом вирішених проблем суспільства.

Критичний аналіз наукових праць, присвячених теоретичному обґрунтуванню поняття «соціальне підприємництво», різним аспектам його розвитку, виділенню ключових чинників, а також впливу портрету соціального підприємця на ефективну релазіацію бізнес-ініціатив, доводить необхідність імплементації такої ііноваційної форми господарювання на світовому та національному рівнях у країнах, котрі характеризуються різними показниками розвитку економіки. Адже, на сучасному етапі кожна країна відчуває впливу глобадьних викликів сьогодення, ефективно протистояти яким традиційні форми господарювання не мають змоги [60-61]. Зазначене вимагає формувагя нової генерації, нових поколінь фахівців, котрі схильні до самостійного прийняття рішень та здатні відповідати за їх наслідки. Тобто виникає необхідність виховання ефективних управлінців зі європейсою системою цінностей, високим рівнес соціальної свідомості та креативним мислення щодо побудови ефективної бізнес-моделі, яка б відповідала світовим викликам та національним особливостям.

**1.3 Чинники розвитку та моделі соціального бізнесу**

На сучасному етапі розвиток можна класифікувати за низкою чинників та факторів впливу. В залежності від періоду економічного зростання країни, чинники можуть змінюватися, набувати різного рівня сталості. Характеристика функціонування та розвитку соціального бізнсеу на регіональному рівні, потребує розгляду основних чинників сталого розвитку країни (табл.1.2).

Таблиця 1.2 **−** Чинники сталого розвитку



Джерело: складено автором на основі [62]

Серед чинників, представлених у табл. 1.2 можна виокремити соціально-психологічні та культурні, інформаційні, комунікативні та правові. Зауважимо, що зазначені чинники формують відмінності між країнами та регіонами. Усі позиції, що сприяють нарощенню потенціалу належать до соціальних, починаючи з прав та свобод, завершуючи традиціями та культурними надбаннями.

Соціальне підприємництво розглядають як форму господарювання, яка передбачає виробництво продукції або послуг із висоим соціальним заначеннням на основі використання інноваційної складової, що сприяє трансформації механізму реалізації. Передумовою фінансових надходжень для соціального підприємництва так само, як і в будь-якої діяльності, є бізнес-моделювання. Виділяють сім моделей соціальних підприємств [63]:

а) модель підтримки підприємців (entrepreneur support model – рис. 1.3). Метою компанії є надання матеріальних послуг певній цільовій аудиторії з метою започаткування власного бізнесу з подальшою реалзіацією продукту/послуги на відкритому ринку. Модель підтримки підприємців соціального підприємства продає підтримку бізнесу та фінансові послуги своєму цільовому населенню або «клієнтам», самозайнятим особам або фірмам. Потім клієнти соціальних підприємств продають свої продукти та послуги на відкритому ринку. Модель підтримки підприємця зазвичай є вбудованою: соціальна програма – це бізнес, його місія зосереджена на сприянні фінансовій безпеці клієнтів шляхом підтримки їх підприємницької діяльності. Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності за рахунок продажу своїх послуг клієнтам і використовує цей дохід для покриття витрат, пов'язаних з наданням послуг підтримки підприємців, а також операційних витрат бізнесу. Організації економічного розвитку, включаючи мікрофінансові установи, програми малого та середнього підприємництва (МСБ) та служби розвитку бізнесу (BDS), використовують модель підтримки підприємців. Поширеними типами бізнесу, які застосовують цю модель, є: фінансові установи, консультування з питань управління, професійні послуги, технологічні рішення та продукція, котра є способом підтримки для підприємців.



Рис. 1.3 – Схема моделі підтримки підприємців

Джерело: побудовано автором на основі [64]

б) модель посередника ринку (market intermediary model – рис. 1.4) полягає в наданні послуг певній аудиторії з метою забезпечення доступності ринків. Соціальне підприємництво за цією моделлю займається вдосконалення якісних характеристик продукту, шукає ефективні шляхи збуту, доступ до кредитних ресурсів та працює над зрсотання вартості продукції клієнтів.

Модель ринкового посередника соціального підприємства надає послуги своїй цільовій групі або «клієнтам», дрібним виробникам (фізичним особам, фірмам або кооперативам), щоб допомогти їм отримати доступ до ринків. Послуги соціальних підприємств додають цінність продуктам, виготовленим клієнтом, зазвичай ці послуги включають: розробку продукту; виробничо-збутова допомога; і кредит. Ринковий посередник або безпосередньо купує продукцію, виготовлену клієнтом, або бере їх на консигнацію, а потім продає продукцію на ринках з високою маржею з націнкою.

Зазвичай вбудована модель ринкового посередника: соціальна програма — це бізнес, його місія зосереджена на зміцненні ринків і сприянні фінансовій безпеці клієнтів, допомагаючи їм розвивати та продавати свої продукти. Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності за рахунок продажу продукції, виробленої клієнтом. Дохід використовується на оплату операційних витрат бізнесу та на покриття програмних витрат на розробку продукту, маркетингові та кредитні послуги клієнтам.

Маркетингові постачальницькі кооперативи, а також організації справедливої торгівлі, сільського господарства та ремісничі організації часто використовують ринкову посередницьку модель соціального підприємства. Поширені види бізнесу, які застосовують цю модель: маркетингові організації, фірми споживчих товарів або ті, що продають оброблені харчові продукти чи сільськогосподарську продукцію.

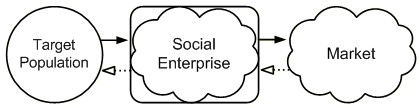


Рис. 1.4 – Схема моделі посередника ринку

Джерело: побудовано автором на основі [64]

в) модель працевлаштування (employment model – рис. 1.5). Модель пердбачає створення можливсотей для працевлаштування та професійного навчання певні цільовій груп, представники якої мають знані перешкоди для виходу на традиційний ринок (переважно це вразливі групи населення), організовують реалізацію їх товарів на ринку.

Модель зайнятості соціального підприємства надає можливості працевлаштування та професійне навчання своїм цільовим групам або «клієнтам», людям із високими бар’єрами для працевлаштування, таким як інваліди, бездомні, молодь із груп ризику та колишні правопорушники. Організація керує підприємством, наймаючи своїх клієнтів, і продає свої продукти або ринкові послуги. Тобто зазначена модель передбачає відповідність робочого місця навичкам, які має людина, а також сприяє їх розвикту, реалізації власного потенціалу.

Модель зайнятості зазвичай вбудована: соціальна програма – це бізнес, його місія зосереджена на створенні можливостей працевлаштування для клієнтів. Послуги соціальної підтримки для співробітників, такі як «тренери по роботі», навчання м'яким навичкам, фізична терапія, консультування щодо психічного здоров'я або тимчасове житло, вбудовані в модель підприємства та створюють сприятливе робоче середовище для клієнтів. Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності за рахунок продажу своєї продукції та послуг. Дохід використовується для оплати стандартних операційних витрат, пов'язаних з бізнесом, і додаткових соціальних витрат, понесених при працевлаштуванні його клієнтів.

Модель працевлаштування широко використовується організаціями з інвалідністю та молодіжними організаціями, а також організаціями соціальних служб, які обслуговують жінок з низькими доходами, одужуючих наркоманів, колишніх безпритульних людей, а також одержувачів соціальної допомоги на роботу. Популярними видами бізнесу з працевлаштування є прибиральні та ландшафтні компанії, кафе, книжкові магазини, комісійні, кур’єрські, пекарні, деревообробні та механічні ремонтні роботи.

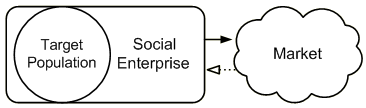


Рис. 1.3 – Схема моделі працевлаштування

Джерело: побудовано автором на основі [64]

г) модель платних послуг (fee-for-service model – рис. 1.6). За зазначеною моделлю вилом послуг є розробка програми для соціального підприємництва, що дозволяє досягти фінансової самостійності та стійкості. Крім того, підприємство є максимально забезпеченим усіма видами послуг.

Модель соціального підприємства досягає комерціалізації своїх соціальних послуг, після чого реалізує їх власним цільовим групам або «клієнтам», окремим особам, фірмам, громадам або третім сторонам-платникам.

Модель плати за послуги зазвичай є вбудованою: соціальна програма — це бізнес, його місія зосереджена на наданні соціальних послуг у сфері, в якій він працює, наприклад, у сфері охорони здоров’я чи освіти. Соціальне підприємство досягає фінансової самодостатності за рахунок плати за послуги. Цей дохід використовується як механізм відшкодування витрат для організації, щоб сплатити витрати на надання послуг і витрати бізнесу, такі як маркетинг, пов’язаний з комерціалізацією соціальних послуг. Надлишки (чистий дохід) можуть використовуватися для субсидування соціальних програм, які не мають вбудованого компонента відшкодування витрат.

Плата за послуги є однією з найбільш поширених моделей соціального підприємства серед неприбуткових організацій. Типовими прикладами платних соціальних підприємств є членські організації та торгові асоціації, школи, музеї, лікарні та клініки.

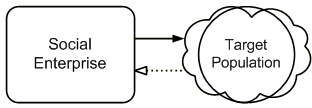


Рис. 1.6 – Схема моделі платних послуг

Джерело: побудовано автором на основі [64]

д) Модель фінансування послуг (service subsidization model – рис. 1.7). Модель передбачає продаж продукції та надання послуг зовнішнім клієнтам, а дохід від зазначеної ініціативи викорситовується як спосіб фінансування соціальних програм. Клієнт з низьким доходом як ринкова модель соціального підприємства є різновидом моделі плати за послуги, яка визнає цільове населення або «клієнтів» на ринку для продажу товарів або послуг. Акцент цієї моделі полягає в забезпеченні бідним та з низьким рівнем доходів клієнтам доступу до продуктів і послуг, завдяки чому ціна, розподіл, характеристики продукту тощо забороняють доступ до цього ринку. Приклади продуктів і послуг можуть включати: охорону здоров’я (вакцинації, ліки за рецептом, операція на оці) та продукти здоров’я та гігієни (йодована сіль, мило, окуляри, сережки, гігієнічні серветки), комунальні послуги (електрика, біомаса та вода), тощо, за які вони платять.

Соціальна програма закладена в діяльність шляхом надання доступу до продуктів і послуг, які покращують здоров’я, освіту, якість життя та можливості клієнтів. Дохід отримується від продажу продукції і використовується для покриття операційних витрат, витрат на маркетинг і розповсюдження. Однак через низькі доходи цільової групи в «клієнті з низькими доходами як ринкова модель» досягнення фінансової життєздатності може бути складним. Соціальне підприємство має покладатися на розвиток інноваційних систем розподілу, скорочення витрат на виробництво та маркетинг, ефективінсть операційної діяльності, перехресного субсидування ринків креативних доходів на ринки, які потребують субсидій. Здоров’я, освіта, технології, комунальні послуги часто використовують це.

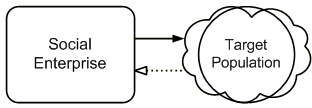


Рис. 1.7 – Схема моделі фінансування послуг

Джерело: побудовано автором на основі [64]

є) модель «зв’язковий ринку» (market linkage model – рис. 1.8). Ззаначена модель позивно впливає на формування торгових звязків між виробниками та зовнішнім ринком. При цьому соціальне підприємництво виступає в якості брокера та зєднувальної ланки, що є передувомою отриманн фінансової винагороди.

Модель ринкових зв'язків соціального підприємства сприяє торговельним відносинам населення та зовнішнім ринком, що визначає функцію соціального підприємтва в якості брокера, котрий витсупає з’єднувальною ланкою між покупцями та виробниками і навпаки, а також стягує плату за цю послугу. Продаж ринкової інформації та дослідницьких послуг є другим типом бізнесу, поширеним у моделі ринкових зв’язків. На відміну від моделі ринкового посередника, цей тип соціального підприємства не продає і не продає продукцію клієнтів; скоріше це зв'язує клієнтів з ринками.

Модель ринкового зв’язку може бути як вбудованою, так і інтегрованою.

Якщо підприємство є автономним; її місія обертається на зв'язуванні ринків, а її соціальні програми підтримують цю мету, модель вбудована. У цьому випадку соціальною програмою є бізнес, дохід від реалізації, можна викорситати для покриття вартості його соціальних програм.

Ринкові соціальні підприємства також створюються шляхом комерціалізації соціальних послуг організації або використання її нематеріальних активів, таких як торговельні відносини, а прибуток використовується для субсидування інших послуг для клієнтів. У цьому другому прикладі соціальна програма та бізнес-діяльність перекриваються, отже, слід інтегрованої моделі.

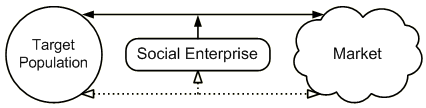


Рис. 1.8 – Схема моделі «зв’язковий ринку»

Джерело: побудовано автором на основі [64]

ж) модель підтримки організації (organizational support model) передбачає продаж продукції на зовнішній ринок. У зазначеній моделі можливі випадки, коли клієнти є одночано і споживачами. При цьому підприємницька діяльність та соціальні ініціативи відокремлені одна від одної, дохід, отриманий від додаткової діяльності йде на покриття витрат головної громадської організації.

Зазначена модель передбачає реалізацію продукції/надання послуг на зовнішньому ринку, підприємницьким струкутрам чи широкій громадськості. У деяких випадках цільовою групою або «клієнтом» є клієнт.

Для проведення якісного аналізу моделей соціального бізнесу прийнято використовувати метод кейс стад як найбільш ефективний та результативний, метою якого є аналіз діяльності відповідно до певних критеріальних ознак [65,  c.73]:

* 1. Інформаційна довідка щодо мети, ініціатора створення, етапів становлення, теперішньої ситуації тощо.
  2. Опис, який передбачає: особливості організаційної роботи, приміщення, цільова аудиторія/клієнти, статистика, цінності тощо.
  3. Структура (в основному стосується опису кадрвого потенціалу з точку зору кількісних і якісних характеристик).
  4. Партнери: відносини з іншими недержавними організаціями, державними інституціями, закордонне співробітництво).
  5. Фінансування (основні джерела фінансування, спрямованість фінансів соціального підприємства).
  6. Складнощі в роботі (організаційні, партнерські, клієнтські тощо).
  7. Методи (організація, пошук, інстрeменти, ефективність).

Висновки до розділу 1

а) Еволюція розвитку соціального підприємства показала, що соціальне підприємництво виникло як спосіб подолання соціальних проблем, таких як безробіття, бідність, відсутність суспільної взаємодії. Крім того, метою соціального бізнесу є задоволення тих потреб суспільства, які ігноруються приватний сектор, а держава є неспроможною забезпечити населення певними послугами. не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує. Доведено, що соціальне підприємництво допомагає надавати державні послуги новими способами та механізмами й задовольняти потреби населення; створювати робочі місця; забезпечувати професійне зростання; розвивати громади, залучати до суспільно корисної діяльності незахищені верстви населення; активізувати представників суспільства, котрі здатні до самостійного вирішення питань та відповідальності за наслідки; забезпечння незахищених верств населення суспільно корисною працею; сприяння розвитку сільських та міських території, вдосконалюючи їх соціальну інфраструктуру тощо.

б) Визначено напрями дослідження категорії «соціальне підприємництво»: поняття «соціальне підприємництво», роль соціального підприємця, гендерний аспект у діяльності соціального підприємства та міжнародний досвід соціального підприємництва. Питання єдиного підходу до теоретичного визначення поняття «соціальне підприємництво» є невирішеним, хоча існують окремі наукові точки зору щодо трактування зазначеної економічної категорії. Доведено, що в діяльності будь-якого суб’єкта господарювання, незалежно від домінування комерційних або некомерційних цілей, особлива роль належить людині – соціальному підприємцю. З точки зору гендерного аспекту науковці доводять, що соціальне підприємництво є перш за все засобом самореалізації для жінок, котрі виступають агентами змін у сучасній економіці. У міжнародному масштабі розподіл соціальних підприємств є нерівномірним і помітні відмінності, що відображають національні особливості добробуту, ринку праці та ідеології.

в) Виокремлено чинники розвитку та моделі соціального бізнесу. В залежності від періоду економічного розвитку кожної країни чинники можуть змінюватись або деякі з них можуть бути сталими та незмінними. Виокремлено соціально-психологічні та культурні, інформаційно-комунікативні та правові чинники, які визначають відмінності між країнами в межах одного світового регіону. Зазначені чинники сприяють нарощенню потенціалу – відносяться до соціальних, починаючи з прав та свобод – завершуючи традиціями та культурними надбаннями.

**2 АНАЛІЗ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В КРАЇНАХ СВІТУ**

**2.1 Оцінка рівня сприятливості розвитку соціального підприємництва**

За словами Мухаммада Юнуса, засновника Grameen Bank, «людська креативність необмежена. Це здатність людей створювати речі, яких раніше не було. Творчість є ключем до вирішення наших соціальних та економічних проблем». Це твердження містить суть соціального підприємництва та його трансформаційний вплив на суспільства в усьому світі, включаючи Індію.

Традиційна економіка, яка головним чином зосереджується на зростанні, часто має короткозоре бачення прогресу. Він вимірює зростання на основі виробництва, виробництва та споживання. Ця обмежена перспектива не враховує критичні фактори, такі як погіршення навколишнього середовища, забруднення та їх наслідки. Однак соціальне підприємництво прагне змінити визначення прогресу, запроваджуючи ширшу перспективу, яка розглядає добробут як людей, так і планети поряд із прибутковістю [60].

Соціальне підприємництво характеризується інноваціями, ініціативою та пошуком можливостей, які позитивно впливають на суспільне багатство. Незалежно від того, створюють нові підприємства чи трансформують існуючі організації, соціальні підприємці керуються місією вирішення нагальних соціальних проблем.

Для дослідження розвитку соціального підприємництва в країнах світу як вихідні дані нами були використані дослідження Thomson Reuters Foundation щодо рівня сприятливості країн до розвитку соціального підприємництва (The best countries to be a social entrepreneur). Дослідження проводилося для 43 країн світу в 2016 та 2019 рр., тобто з лагом у три роки. Для кількісної оцінки використано загальний показник рівня сприятливості країни та чинники, що на нього впливають: державна підтримка (Government policy supports social entrepreneurs), залучення кваліфікованого персоналу (Attracting Skilled Staff), суспільне сприйняття, тобто усвідомлення суспільством мети функціонування соціального підприємництва та його важливості (Public Understanding), соціальне підприємництво як спосіб заробітку та підтримки життєдіяльності (Making a Living), поширення соціального підприємництва (Gaining Momentum) та доступність до інвестиційних ресурсів (Access to Investment).

Такий масив статистичних даних дозволяє здійснити оцінку та прогнозування розвитку соціального підприємництва в країнах із різним рівнем економіки на основі реалізації покрокового алгоритму (рис. 2.1).

Систематизація статистичних даних

КРОК 1

КРОК 2

Побудова загальної регресійної моделі та визначення незначущих змінних

КРОК 3

Побудова нової регресійної моделі за релевантними чинниками

КРОК 4

Визначення виду регресійної моделі, що адекватно описує залежність сприятливості країни до розвитку соціального підприємництва від релевантних складових

КРОК 5

Розробка сценарного прогнозу за умови впровадження «державної політики підтримки розвитку соціального підприємництва»

Рис. 2.1 – Покроковий алгоритм оцінки та прогнозування рівня сприятливості економіки країни до розвитку соціального підприємництва

Джерело: побудовано автором самостійно

Перший крок алгоритму передбачає систематизацію статистичних даних, необхідних для оцінки та прогнозування сприятливості. Рівень сприятливості розвитку соціального підприємництва (Y) та чинники, що впливають на нього () є якісними змінними та оцінюються у відсоткових одиницях. Для проведення кількісного аналізу показники як частку від одиниці трансформуємо у вигляді індексівк.

У результаті побудови регресійної моделі виявилося, що чинник Х5 є незначущим (за ознаками незначущості показників регресійної моделі), тобто сприятливість країни до соціального підприємництва не залежить від швидкості поширення такої форми бізнесу (Gaining Momentum). Повне рівняння регресійної моделі має вид:

, (2.1).

Коефіцієнт детермінації .

На наступному кроці будуємо нову регресійну модель за релевантними чинниками.

, (2.2).

Коефіцієнт детермінації .

Незначущим виявився чинник Х4 (Making a Living), що визначає можливість для соціальних підприємців забезпечувати собі фінансову стабільність та заробляти на життя.

На наступному кроці будуємо нову регресійну модель без врахування чинників Х5 та Х4:

, (2.3)

Коефіцієнт детермінації .

У отриманій новій формулі моделі (2.3) всі чинники є значущими, тобто рівень сприятливості країни до розвитку соціального підприємства залежить від: державної політики підтримки соціальних підприємств (Х1 − Government policy supports social entrepreneurs), залучення висококваліфікованих кадрів (Х2 − Attracting Skilled Staff), усвідомлення мети діяльності соціальних підприємств (Х3 − Public Understanding), доступу до інвестиційних ресурсів (Х6 − Access to Investment).

На другому кроці алгоритму визначаємо вид функції, яка адекватно описує залежність (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 − Функції залежності рівня сприятливості країни для розвитку соціального підприємництва та чинників впливу

|  |  |
| --- | --- |
| Вид моделі | Коефіцієнт детермінації R2 |
| Лінійна | 0,9157 |
| Степенева | 0,9030 |
| Показникова | 0,8908 |
| Гіперболічна | 0,8006 |
| Квадратична | 0,8006 |
| Логарифмічна | 0,8801 |
| Коренева | 0,8935 |

Джерело: розраховано автором самостійно

Тобто, за основу обираємо лінійну функцію, оскільки вона має найбільший коефіцієнт детермінації R2=0,9157 і в аналітичному виді представлено формулою 2.1. Коефіцієнти значущості перед змінними моделі вказують, що найбільший вплив на рівень сприятливості країни щодо розвитку соціального підприємства має державна підтримка (X1 з коефіцієнтом значущості 0,239), на другому місці – доступність до інвестицій (Х6 з коефіцієнтом значущості 0,238). Зазначене підтверджує гіпотези H1 та H2. Третім за значущістю чинником є усвідомлення суспільством мети діяльності соціальних підприємств та їх сприйняття (X3 з коефіцієнтом значущості 0,200). Найменший вплив на рівень сприятливості має залучення кваліфікованих працівників (X2 з коефіцієнтом значущості 0,173).

На підставі отриманих результатів доцільно запропонувати спосіб прогнозування зміни рівня сприятливості країни за умови впровадження ефективної політики державної підтримки такої інноваційної форми бізнесу. Прогнозування будемо здійснювати на прикладі країни лідера 2019 р. – Канади. Розрахуємо зміну рівня сприятливості країни до розвитку соціального підприємства та значущих чинників відповідно до моделі (формула 2.3) для визначених країн за 2016 та 2019 рр. (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Темпи зростання чинників, що впливають на сприятливість країни до розвитку соціального підприємництва (на прикладі Канади)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Країна** | **Рік** | **державна підтримка** | **залучення кваліфікованих працівників** | **сприйняття суспільством соціальних підприємств** | **доступність до інвестицій** |
| X1 | X2 | X3 | X6 |
| Канада | 2019 | 0,7292 | 0,6875 | 0,5625 | 0,625 |
| 2016 | 0,708 | 0,6875 | 0,479 | 0,583 |
| Середній темп приросту | **1,03** | **1,00** | **1,17** | **1,07** |

Джерело: розраховано авторами на основі: [66-67]

На основі даних таблиці 2.2 розрахуємо темп приросту за три роки (2016-2019 рр.) за формулою:

 (2.4)

де – темп приросту чинника ,

 – значення чинника в 2019 р.,

 – значення чинника в 2016 р.

Отримане розрахункове значення темпу приросту дає можливість передбачити рівень сприятливості країни до розвитку соціального підприємництва до 2022 р. за умови незмінності чинників, котрі його визначають.

Враховуючи вплив глобальних викликів, що не оминули жодної країни світу, на нашу думку, для досягнення високого рівня розвитку, необхідно не лише втримати позиції, але покращити їх за рахунок впровадження «державної політики розвитку соціального підприємства» зі збереженням людських ресурсів та забезпеченням задоволення базових потреб, враховуючи значне зменшення рівня доходів населення.

Для визначення характеру залежності між сприятливістю середовища в країні до розвитку соціального підприємництва та чинниками впливу нами використано регресійний аналіз, що дозволив виділити значущі та незначущі елементи та запропонувати модель, яка адекватно описує характер залежності – лінійну регресійну модель.

За результатами аналізу виокремлено такі групи чинників:

1. значущі (релевантні): Х1 – державна підтримка (Government policy supports social entrepreneurs), Х2 – залучення кваліфікованого персоналу (Attracting Skilled Staff), Х3 – суспільне сприйняття, тобто усвідомлення суспільством мети функціонування соціального підприємництва та його важливості (Public Understanding) та Х6 – доступність інвестиційних ресурсів (Access to Investment);
2. незначущі (нерелевантні): Х4 – соціальне підприємництво як спосіб заробітку та підтримки життєдіяльності (Making a Living), Х5 – значне поширення соціального підприємництва (Gaining Momentum).

На основі аналізу коефіцієнтів значущості визначено, що найбільш важливими для оцінки рівня сприятливості розвитку соціального підприємництва є державна підтримка (коефіцієнт значущості 0,239), доступ до інвестицій (коефіцієнт значущості 0,238), суспільне сприйняття (коефіцієнт значущості 0,200), залучення кваліфікованого персоналу (коефіцієнт значущості 0,173).

Здійснені нами оцінка та сценарне прогнозування розвитку соціального підприємництва дозволили, зробити висновок про нагальну потребу впровадження «державної політики розвитку соціального підприємництва» з метою підтримки статусу «соціальної країни», «економіки з людським обличчям», що вказує на вектор руху в напрямку формування людиноцентричної економіки як найважливішого пріоритету майбутнього розвитку держави і суспільства.

Результати дослідження показали, що найбільш значущим чинником, що впливає на рівень сприятливості країни до розвитку соціального підприємництва, є підтримка держави (коефіцієнт значущості в регресійній моделі – 0,239) та доступність інвестиційних ресурсів (коефіцієнт значущості – 0,238). Аналіз показав, що соціальне підприємство не сприймається як спосіб заробляння коштів для підприємця та сприятливість середовища не залежить від поширеності соціальних підприємств у країні. Отже, останні два чинники виявилися незначущими.

**2.2 Аналіз бізнес-середовища розвитку соціального підприємництва країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону**

Бізнес-середовище можна класифікувати як за багатьма аспектами та типологією, так і вивченням його за різними сферами впливу на нього. Зауважимо, що на бізнес-середовище певної країни впливає не тільки уряд й підприємництво, а ще й соціальні умови, культура, традиції ведення бізнесу в певному регіоні та певні усталені ділові відносини з іноземними партнерами.

Бізнес-середовище – це сукупність окремих суб’єктів економіки (з їх взаємозв’язками і взаємовідносинами) і факторів оточуючого (зовнішнього) середовища, які впливають на них. Кожне підприємство має внутрішнє середовище діяльності, власні матеріально-технічні ресурси, робочу силу, технологію, розмір і територіальну конфігурацію, політику менеджменту, організаційний клімат. Внутрішнє середовище кожного підприємства як відкритої системи видозмінюється під впливом зовнішнього середовища, в якому і виявляється кінцевий результат господарської діяльності [68].

Для бізнес-середовища характерними є такі особливості [68]:

1. бізнес-середовище є частиною суспільного середовища та сприяє підвищенню національного багатства і добробуту;
2. функцією якості бізнес-середовища є ефективність економічних процесів у країні;
3. бізнес-середовище має властивості територіальної цілісності, в межах якої формується діловими людьми, нацією та інститутами (державними, фінансово-кредитними) з їх взаємозв’язками та взаємовідносинами;
4. бізнес-середовище формується факторами (правового, політичного, соціального, економічного характеру), сукупність яких створює умови для функціонування бізнесу економічних суб’єктів суспільства, реалзацію ділових відносини та функцій.

Зовнішнє бізнес-середовище здебільшого перебуває поза зоною впливу і управління підприємства. Проте підприємницькі структури можуть впливати на зовнішнє бізнес-середовище країни шляхом інтегрування в інститути самоврядування, громадські організації, які б представляли інтереси різних бізнес груп (за галузями, розміром, регіональною приналежністю), незалежні громадські організації, які б здійснювали моніторинг суспільних процесів, запровадження інституційних механізмів постійного діалогу влади з бізнесом та Коли в країні немає взаєморозуміння влади і бізнесу, то зовнішнє бізнес-середовище перебуває в антагонізмі із внутрішнім [68].

Регіон, який розглядається, є досить різноплановим та масштабним. До нього належать економічно розвинуті країни «нові індустріальні країни» (НІК), та країни, що розвиваються, які розташовані близько до Тихоокеанського басейну на захід і схід. Структуру АТР формують різні за економічним потенціалом та рівнем розвитку держави, які можна поділити на кілька основних груп.

До першої належать США та Японія, які репрезентують два центри світової економічної сили. Країни характеризуються переважанням високотехнологічних галузей, потужною системою НДДКР, розвинутою сферою послуг, високоякісним людським капіталом. Ринок Японії позбавлений власної сировинної бази, а у США – висока вартість робочої сили, що спонукає до розширення економічних зв’язків з іншими країнами регіону [69].

Другу групу формують також індустріально розвинуті країни, які, однак, не є світовими лідерами на кшталт США та Японії. Йдеться про Канаду, Австралію та Нову Зеландію, економіка яких значною мірою інтегрована в регіональний господарський комплекс [69].

Третю групу становлять НІК Східної Азії: Сінгапур, Гонконг (адміністративний район Китаю), Тайвань (провінція Китаю), Південна Корея. Економіка цих країн характеризується високими темпами економічного зростання, нарощуванням експортного потенціалу, поступовим перенесенням трудомістких виробництв в інші країни. Вузькість сировинної бази, з одного боку, та привабливість внутрішніх ринків для іноземного інвестування, з іншого, спонукають цю групу країн до активного залучення в регіональний та міжнародний поділ праці [69].

До четвертої групи належать країни – члени Асоціації країн Південно-Східної Азії (АСЕАН), які мають порівняльні переваги в сировинних і трудомістких галузях обробної промисловості (Бруней, Індонезія, Малайзія, Таїланд, В’єтнам) [69].

Яскравим прикладом прояву систематично злагоджених відносин влади і бізнесу є Республіка Корея, як приклад класичного азійського бізнесу.

Згідно закону існує п'ять офіційних форм господарювання [70]:

1. акціонерне товариство (Joint stock company (chusikhoesa));
2. товариство з обмеженою відповідальністю (Limited liability company (yuhanhoesa));
3. приватна компанія з обмеженою відповідальністю (Private limited company (yuhanchaek-imhoesa));
4. компанія загального партнерства (General partnership company (hapmyunghoesa));
5. компанія обмеженого партнерства (Limited partnership company (hapjahoesa)).

З вищезазначених форм утворюється й бізнес-структура Південної Кореї. Корейські компанії традиційно характеризуються високим ступенем централізації та вертикальною ієрархією. Корея, де ієрархія і соціальний статус відіграють важливу роль, підприємництво і заснування стартапу можна розглядати як спосіб піднятися на соціальну сходинку. Панування чеболів, старіння суспільства і сувора ієрархія сповільнюють нові інновації. Крім того, багато корейців вважають, що корейські чеболі впливають на культуру запуску свого власного бізнесу в Південній Кореї, тому що вони мають потужний вплив загалом на всю економіку країни, маючи багато дочірніх компаній, філій та багатогалузеве направлення в різних сферах економіки [68]. Нижче наведено розподіл за формами ведення бізнесу (рис.2.2).

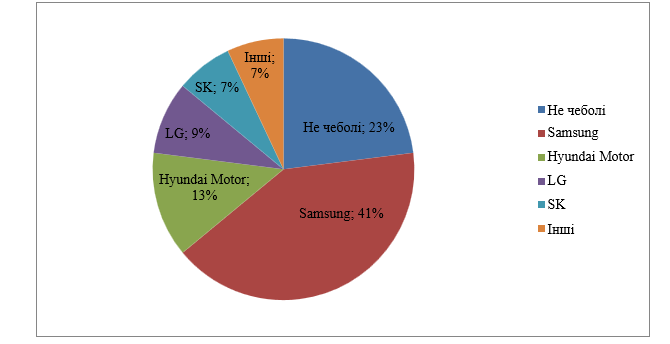


Рис. 2.2 – Розподіл ринкової капіталізації 300 азійських компаній в Південній Кореї

Джерело: складено автором на основі [68]

Головним завданням та метою діючого уряду є реформування бізнес-середовища країни, шляхом реформування домінуючої частини бізнесу – конгломератів (чеболів). Головним фокусом була саморегуляція чеболів [71].

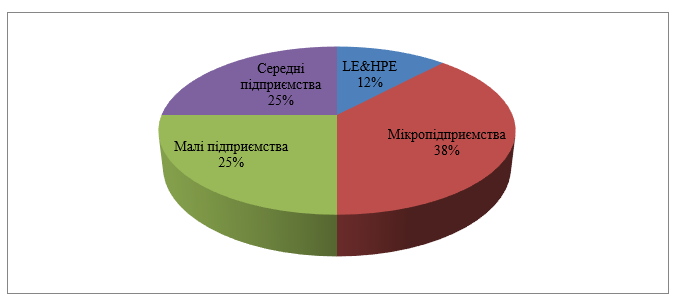
Головним досягненням та позитивною характеристикою бізнес-середовища є податкова політика. Податкова система Кореї досить ефективна у формуванні достатніх державних доходів без послаблення конкурентних позицій національної економіки. Південна Корея має одну з найнижчих ставок податків в ОЕСР (входить до складу з 12 грудня 1996 р.), з податкових надходжень на загальну суму близько 25% ВВП станом на 2014 р. [71].

У серпні 2017 р. Міністерство стратегії та фінансів оголосило про нові пропозиції щодо податкової реформи, спрямовані на перерозподіл багатства та збільшення бази оподаткування, запровадивши більш високі ставки податків для заможних людей та підприємств, які можуть дозволити собі платити більше, з метою оплати розширеної політики створення робочих місць та соціального забезпечення [71].

Саме через значний вплив на економіку Південної Кореї, уряд стурбований тим, що великі корпорації не гнучкі до змін і через занепад яких, наприклад, може статися криза. Це було головною причиною, чому уряд почав заохочувати корейців до створення нових підприємств і роздачі великих коштів. Багато з чеболів це конгломерати та транснаціональні корпорації світового рівня. Саме тому сучасна політика розвитку МСП полягає в тому, що більшість корейців готові перейти від чеболів, до створення власних компаній. Дана програма підтримується урядом і у 2018 р. було виділено близько $ 3 млрд. на зростання так званої «креативної економіки» (більш здорова стартова екосистема з кооперативними просторами та програмами наставництва) [68].

Якщо розглядати структуру МСП, то вона є не менш «дисциплінованою» та злагодженою. Мікропідприємства (МП), малі та середні підприємства (МСП). Ці два типи підприємств складають 99 % всіх приватних підприємств Кореї (рис.2.3).

Мікропідприємства. Мікропідприємство визначається як підприємство, де працюють дев'ять або менше людей (у сфері послуг, чотири або менше людей). Кількість в Кореї становить близько 3 млн Підприємство, яке має річний дохід від продажів від 1 до 12 млрд KRW (за курсом на березень 2019 р. = приблизно від 860 тис дол до $ 11 млн дол) (поріг варіюється залежно від галузі), а малі підприємства включають в себе мікропідприємства.

Рис. 2.3 − Зайнятість за розміром бізнесу

Джерело: складено автором на основі [71]

У Кореї налічується 378 тис малих підприємств, крім мікропідприємств. Середні підприємства. Підприємство, яке є більшим, ніж мале, і має річний дохід від продажів від 40-150 млрд KRW (за курсом на березень 2019 р. = приблизно від 35 млн дол до 130 млн дол) (поріг варіюється залежно від промисловості). У Кореї налічується 102 000 середніх підприємств [72].

Детальна схема за кількістю та формами підприємств представлена на рисунку рисунку 2.4.

Сучасне положення МСП передбачає, що можливе існування й не залежно від великого бізнесу, але за умов модернізації та інновацій. Розширення ринків МСП до зарубіжних країн є не лише важливою частиною їхнього розвитку бізнесу, але й незамінним фактором створення робочих місць. Таким чином, глобалізація МСП є однією з найважливіших цілей політики Міністерства МСП та стартапів. Також, підвищення експортного потенціалу МСП через різні інструменти політики [72].

Рис. 2.4 – Ієрархічна модель за формами підприємств

Джерело: складено автором на основі [72]

У 2017р. Південна Корея була визнана дев'ятою найпростішою економікою для започаткування бізнесу, ранжування базувалося на сплаченому мінімальному капіталі, кількості процедур, часу та вартості створення місцевої компанії з обмеженою відповідальністю [4].

Помірний бізнес-клімат підтверджується статистичними даними (рис. 2.5).

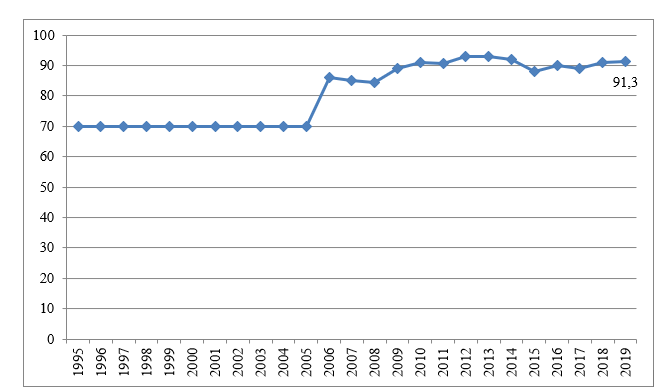


Рис. 2.5 – Помірність бізнес-клімату

Джерело: складено автором на основі [4]

Станом на 2019 р. відсоток свободи в бізнес-кліматі становить 91,3%, за останні 15 років середній відсотковий коефіцієнт складав 0,2, що менше 1 і може свідчити про стабільність та сприятливий клімат бізнес-середовища.

Також, на такий високий відсоток бізнес-клімату впливають економічні показники (податкова система, індекс започаткування бізнесу і т.ін.), які визначають економічну свободу. Зі 100% в азійському регіоні на Корею відходить 72,3% станом на першу половину 2019 р., а у світі вона посідає 29 місце.

Розподіл економічної свободи в даному регіоні − 7. Нижче наведені дані за зміною показника економічної свободи з 1995-2019 рр. (рис.2.6). Причиною коливань є економічна криза в азійських країнах 2002-2006 рр. та невелике покращення на 2007 р., після світової кризи 2008 р. відбувся підйом економіки, що в подальшому призвело до піку у 2017 р. Також у 2017 р., був обраний новий президент Республіки Корея, тобто новий політичний та економічний шлях.

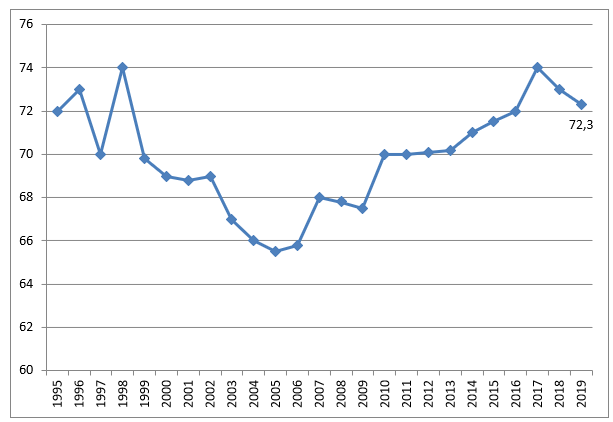


Рис. 2.6 − Індикатор економічної свободи

Джерело: складено автором на основі [71]

На жаль, більшість нових підприємств у Південній Кореї закінчують «вмиранням». З такими високими показниками економічної свободи та вільного бізнес-середовища започаткування бізнесу не є проблемою, головною причиною є висока конкуренція та насиченість ринку схожими товарами та послугами.

Південна Корея займає високу позицію за світовим індексом економічної свободи та у азійському регіоні, що підтверджується відсотком вільності ведення та започаткування бізнесу. Можна зробити висновок, що бізнес-клімат є сприятливим, хоча показник «смертності» підприємств наздоганяє показних новостворених підприємств, таке середовище спонукає до створення ще більш унікальних ідей та велика конкуренція впливає на якість товарів чи послуг.

Будь-який розвиток можна класифікувати за багатьма чинниками та факторами впливу. В залежності від періоду економічного розвитку кожної країни чинники можуть змінюватись або деякі з них можуть бути сталими та незмінними.

Для того щоб охарактеризувати сучасний стан соціального підприємництва регіону, зокрема Республіки Корея, спочатку необхідно розглянути основні чинники сталого розвитку країни взагалі (табл. 2.3).

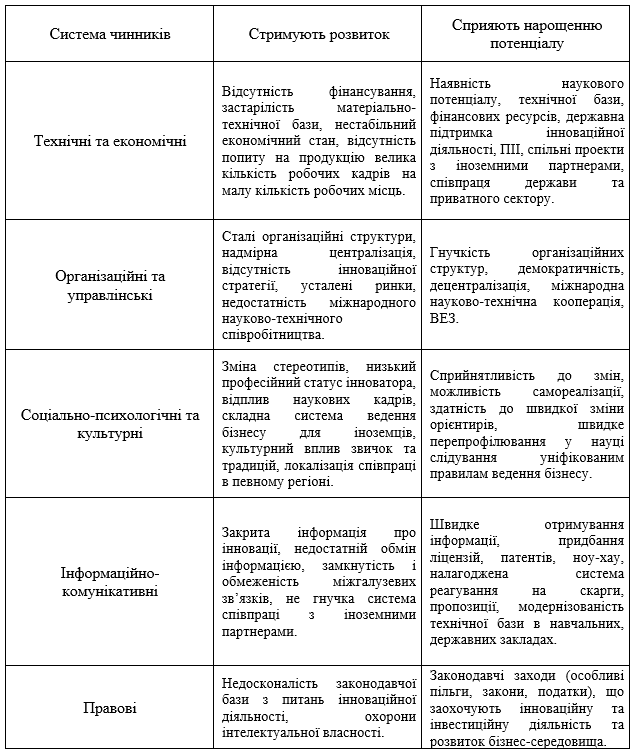
В рамках описаних вище чинників можна виділити: соціально-психологічні та культурні, інформаційно-комунікативні та правові. Чому саме такі? Тому що, саме від них залежить наскільки велика різниця між країнами, навіть в рамках одного регіону. Всі ті позиції, що сприяють нарощенню потенціалу – відносяться до соціальних, починаючи з прав та свобод – закінчуючи традиціями та культурними надбаннями.

Азійсько-Тихоокеанський регіон складається з дуже різних країн: починаючи з Південно-Східної Азії – закінчуючи країнами Південної Америки.

В попередньому підпункті ми визначились з рушійною силою та базою розвитку економіки Республіки Корея, тому на розвиток майже всіх чинників у регіоні впливають також великі компанії.

Було визначено, що великі корпорації є важливими партнерами в екосистемі підтримки соціальних підприємців в Азії.

Таблиця 2.3 **−** Чинники, що впливають на сталий розвиток



Джерело: складено автором на основі [62]

Вони можуть мати вирішальне значення для надання конкретної галузі або галузевої підтримки соціальним підприємцям і могли б забезпечити ресурси для масштабування інновацій та успішних соціальних підприємств для створення змін на системному рівні. В Азії корпорації порівняно несміливо взаємодіють із простором соціального підприємництва, але корпоративні фонди (наприклад, Фонд DBS Bank) ведуть свою діяльність і, сподіваємось, все частіше залучатимуть своїх колег із основного бізнесу. Як і скрізь у світі, в Азії існує невідповідність між потребами соціальних підприємців на початковій стадії та доступними для них фінансовими продуктами та послугами. Кілька членів GSEN (Глобальна мережа соціального підприємництва (GSEN) - це міжнародна мережа організацій, що підтримують соціальних підприємців на ранніх стадіях, заснована UnLtd.) в Азії зараз розробляють та випробовують інноваційні механізми фінансування для подолання цього розриву [73].

Всі великі і поважні компанії (конгломерати) за впливами сучасних тенденцій мають соціальну відповідальність в середині країни та на міжнародному ринку. Через те, що вони грають велику роль вони обов’язково прописують та створюють звіти стосовно КСВ (корпоративної соціальної відповідальності), деякі розробляють стратегії соціального розвитку регіону в якому вони мають виробничі потужності, а те, що стосується найменшого рівня, тобто корпоративної культури, також має соціальні наслідки.

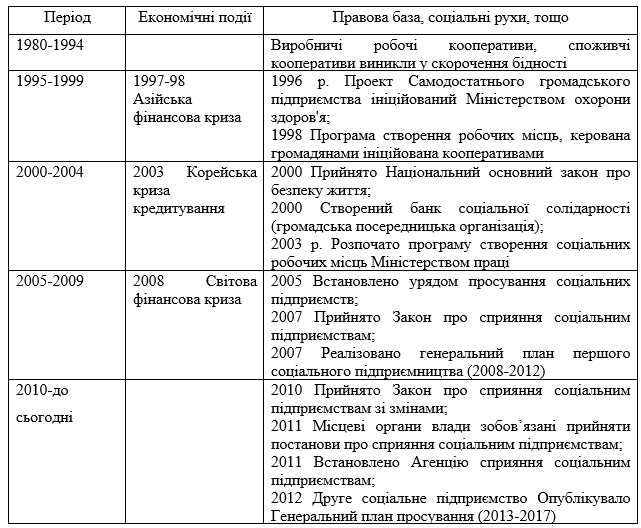
Пропоную розглянути корейську модель розвитку соціального підприємництва до сучасного під впливом різних чинників (До таких нормативно-правових чинників хочеться додати інформацію, про те, що Південна Корея майже вся у вільних економічних зонах, що значно покращує та пришвидшує процеси соціалізації на локальному рівні.

Вільні економічні зони є спеціально призначеними областями, створеними для поліпшення бізнесу, розвитку потенційних регіонів, залучення інвестицій, покращення інфраструктури країни, розвитку житлового середовища для іноземних інвесторів у Кореї та дотримання нормативно-правових рамок на локальному рівні. Кількість зон складає 7 областей, де накопичено приблизно $16,128 млн. ПІІ: Incheon (Інчхон), Busan-Jinhae (Пусан-Цзінхе), Gwangyang Bay Area (Затока Гван'ян), Daegu-Gyeongbuk (Тегу-Кенбук), Yellow Sea (Жовте море), East Coast and Chungbuk (Східне узбережжя і Чунбук) [75].

Таблиця До таких нормативно-правових чинників хочеться додати інформацію, про те, що Південна Корея майже вся у вільних економічних зонах, що значно покращує та пришвидшує процеси соціалізації на локальному рівні.

Вільні економічні зони є спеціально призначеними областями, створеними для поліпшення бізнесу, розвитку потенційних регіонів, залучення інвестицій, покращення інфраструктури країни, розвитку житлового середовища для іноземних інвесторів у Кореї та дотримання нормативно-правових рамок на локальному рівні. Кількість зон складає 7 областей, де накопичено приблизно $16,128 млн. ПІІ: Incheon (Інчхон), Busan-Jinhae (Пусан-Цзінхе), Gwangyang Bay Area (Затока Гван'ян), Daegu-Gyeongbuk (Тегу-Кенбук), Yellow Sea (Жовте море), East Coast and Chungbuk (Східне узбережжя і Чунбук) [75].

Таблиця 2.4 – Історія розвитку соціальної економіки в Південній Кореї



Джерело: складено автором на основі [74]

Накопичені прямі іноземні інвестиції в KFEZ станом на 2017 р. склали 16,1 млрд дол з 4, 667 компаній, включаючи багатонаціональні фірми, такі як LG та BMW, що працюють у KFEZ. Саме завдяки розвитку таких зон, можна прослідкувати, як певний регіон на території країни має свою спеціалізацію. Раніше, до створення KFEZ, основними галузями промисловості були сільське господарство, рибальство, видобуток корисних копалин, тваринництво і лише декілька, малих виробничих підприємства працювали в деяких районах [75].

KFEZ продовжували змінюватися для бізнесу протягом останніх 15 років і стали основним середовищем призначеним для міжнародних лідерів бізнесу та агломерації великої кількості капіталу та інвестицій. Розвиток KFEZ дозволив корейському ринку стати найпривабливішим діловим центром у світі.

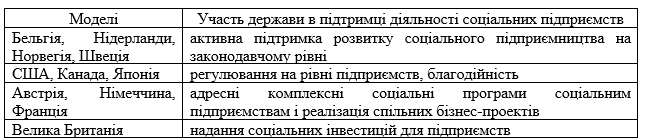
KFEZ пропонують різноманітну фінансову підтримку суб'єктам господарювання для отримання грошових грантів або участь у державних програмах, для підтримки інфраструктури та виплати орендної плати на основі спеціального закону «Про призначення та управління ВЕЗ», закон «Про сприяння іноземним інвестиціям» та місцеві постанови та акти [75].

Саме завдяки критичній ситуації Корея почала розвиватися в науково-технічній сфері і перетворилася на одну з найбільш динамічних країн світу. Це вдалося значною мірою завдяки тому, що вона інвестувала значні кошти в розвиток людських ресурсів і тому змусила компанії вітчизняних виробників конкурувати на світових ринках, котрі у сучасному світі стали представниками та «обличчям» Південної Кореї через великий вплив на світову економіку.

* 1. **Європейські практики впровадження соціальних бізнес-ініціатив**

Відмітимо, що зарубіжні моделі соціального підприємництва відрізняються роллю держави (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Зарубіжні моделі соціального підприємництва



Джерело: складено авторами на основі [76]

На основі даних, представлених таблицею, зробимо висновок, що модельБельгії, Нідерландів, Норвегії та Швеції передбачає прийняття відповідної законодавчої бази (законодавчо закріплена діяльність соціальних підприємств із стимулюванням через надання пільг, наприклад «компанії соціальної мети» (Бельгія), котра сприяє активізації соціального підприємництва. Для США, Канади та Японії характерними є регулювання на рівні підприємства, адже відсутні вимоги щодо методу управління та юридичного статусу соціального підприємства, можливість займатися благодійність за рахунок надання безвідсоткових позик або з мінімальним відсотком). Прикладом тісної взаємодії з соціальними підприємствами є модель Австрії, Німеччини та Франції, котра передбачає реалізацію спільних програм для вирішення соціальних питань (програми навчання, створення консультаційних центрів, асоціації соціальних підприємців). Підтримка соціальних підприємців шляхом інвестування в розвиток «компаній, що працюють в інтересах громади» (social interest companies) характерна для Великої Британії (здійснюється через національний орган соціального підприємства (коаліцію) – Social Enterprise UK).

Зауважимо, що поступово відмінність між моделями соціального підприємництва зменшується. Особливістю такої форми господарської діяльності як соціальне підприємництво можливо описати дуальною бізнес-моделлю, яка поєднує комерційні та некомерційні цілі, взаємно пов’язані між собою. На основі співвідношення між зазначеними нами цілями прийнято виділяти європейську та американську моделі соціального підприємництва.

Підкреслимо, що європейська модель соціального підприємництва характеризується головним чином орієнтацією на соціальні цілі, тоді як американська – переважно на комерційну складову господарської діяльності. Баланс між соціальними цілями та матеріальною складовою досягається спрямуванням фінансових потоків на реалізацію соціальних завдань. Важливо, що у США в центрі уваги перебувають індивідуальні підприємці і їх лідерські якості, тоді як у Європі соціальне підприємництво в значній мірі пов'язане з взаємодією громади та комерційної організації. Американські соціальні підприємства реєструються як некомерційні, але їх діяльність спрямована, в першу чергу, на отримання прибутку. У зазначеному контексті до соціального бізнесу відносимо: соціальні підприємства; соціально-відповідальний бізнес; компанії, які реалізують разові соціальні програми.

У європейському контексті «соціальне підприємство» − це інноваційно-комерційний підхід у вирішенні соціальних проблем, якого дотримується організація в процесі розвитку бізнесу, що реалізується в основному через некомерційні організації, з можливістю використання в комерційному спрямуванні.

Європейський досвід практики застосування соціального підприємництва значною мірою відрізняється від американської практики, оскільки має кілька особливостей. По-перше, це активна централізована участь держави в соціальній підтримці та допомозі певним категоріям громадян. По-друге, в окремих країнах дефініції «соціальне підприємство» і «соціальні кооперативи» синонімічні. Соціальне підприємництво − це не просто метод вирішення соціальних проблем, а один із засобів стимулювання європейської економіки.

Крім того, соціальні підприємства, розташовані у країнах Європи, надають менше видів послуг порівняно з широким спектром наявних у Сполучених Штатах. Особливістю функціонування європейських соціальних підприємств є їх присутність у певних галузях, державне фінансування яких обмежене, внаслідок чого неможливо максимально забезпечити соціальні потреби людей.

Тому розвиток соціальних підприємств у кожній з європейських країн, зокрема, залежить від загального добробуту й умов господарювання в кожній європейській країні.

Якщо розглядати особливості організації та господарської діяльності соціальних підприємств в країнах ЄС та США, то необхідно констатувати існування певних переваг.

Зокрема, у країнах Західної Європи активно застосовується практика залучення зацікавлених сторін до управління соціальним підприємством та використовуються можливості для участі уряду в процесі розвитку соціального підприємництва.

Порівняння особливостей соціального підприємництва в ЄС та США дозволяє визначити позитивний досвід, який може бути використаний для підвищення ефективності господарської діяльності. Наприклад, в США соціальні підприємства поширені в різних сферах господарської діяльності та мають розгалужену видову класифікації з точки зору правового регулювання, а також існує тісна взаємодія між державою та соціальними підприємствами через укладання угод щодо придбання їх продукції. Зазначені переваги можуть бути використані в організації діяльності соціальних підприємств в країнах ЄС.

Здійснивши теоретичний аналіз дефініції «соціального підприємства», виокремимо особливості та критерії ідентифікації американської та європейської моделей та практично розглянемо особливості розвитку соціального підприємництва в країнах ЄС та США.

Як приклад проаналізуємо методику оцінки рівня розвитку підприємництва загалом та соціального зокрема, запропоновану розробниками «Глобального моніторингу підприємництва» (Global Entrepreneurship Monitor – GEM). «Глобальний моніторинг підприємництва» є міжнародною ініціативою, спрямованою на полегшення порівняння країн щодо підприємницької активності з використанням однакового підходу до вимірювання релевантних показників у всіх країнах, що обрані як об’єкти дослідження. Результати «Глобального моніторингу підприємництва» визнаються фахівцями кращим джерелом порівняльних даних щодо розвитку підприємництва на світовому рівні.

У класифікації «Глобального моніторингу підприємництва» некомерційні організації являють собою організації з явною соціальною місією, у структурі яких ринкові доходи становлять менше 5%. Тоді як одні дослідники виключають такі організації з поняття «соціальні підприємства», інші припускають, що структура доходів є не найкращим показником підприємницького поведінки, а вирішальне значення має інноваційна складова при розв’язанні соціальних проблем. Для багатьох дослідників відмінною особливістю соціального підприємництва є поєднання явної мети вирішення соціальних проблем та створення приватної організації як засобу досягнення цієї мети.

Таким чином, стверджується, що соціальні підприємства мають дуальні цілі, які об'єднують ринкові та соціальні складові. У класифікації розробників «Глобального моніторингу підприємництва» дуальними соціальними підприємствами є ті організації, які визначають себе як соціальну структуру і отримують не менш 5% своїх доходів від продажу товарів і послуг, а також позиціонують себе як звичайну комерційну організацію. Крайня форма дуальності полягає в тому, що організація визначає себе як соціальна, але вказує на те, що прагне реалізувати свою соціальну місію насамперед за рахунок ринкових механізмів. Беручи до уваги важливість такого роду дуальність цілей організації, розробники «Глобального моніторингу підприємництва» запропонували виокремити дві підгрупи, виходячи зі співвідношення ваг соціальних і екологічних завдань організацій. Ті дуальні соціальні підприємства, для яких економічні цілі значно важливіші, ніж соціальні або екологічні, визначаються як «економічно орієнтовані», а ті підприємства, для яких є справедливим зворотне твердження, визначаються як «соціально орієнтовані». Найбільш об'єктивні на сьогоднішній день оцінки розвитку соціального підприємництва в різних країнах були отримані в рамках «Глобального моніторингу підприємництва».

Основними показниками, що характеризують підприємницьку активність в країні, є індекс ранньої підприємницької активності (Total Entrepreneurial Activity Index − TEA Index) і рівень активності власників усталеного бізнесу (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Індекс підприємницької активності за типами підприємців (місце у рейтингу за TEA-індекс) за 2016 р. та 2019 р.



Джерело: згруповано авторами на основі [77, c. 110-112; 78, с. 196-199]

У першу групу (early-stage entrepreneurs) виокремимо підприємці-початківців (nascent entrepreneurs) і власників нового бізнесу (owners of new business). Підприємці-початківці − ті, хто протягом попереднього року активізував свою діяльність щодо створення бізнесу. Вони володіють всім бізнесом, існуючим менше 3 місяців, або його часткою, проте заробітна плата та інші види винагород в компанії не виплачуються. Власники нового бізнесу − це ті, хто керує новоствореним підприємством і отримує дохід більше 3 місяців, але менше 3,5 років. До другої групи − власників усталеного бізнесу (established business оwnership rate) віднесемо тих, хто володіє і управляє бізнесом та отримує пов'язані з цим доходи понад 42 місяці.

Аналіз даних табл. 2.6 свідчить про те, що у 2019 році відбулися зміни щодо підприємницької активності порівняно із 2016 р. У США найбільшу частку у 2016 р. складали власники усталеного бізнесу (9,2 %), тоді як у 2019 р. переважають представники підприємців-новачків (11,8 %). У Канаді зберігається постійна тенденція домінування підприємців-новачків. Аналіз підприємницької активності в кранах ЄС показує, що переважна більшість характеризується активізацією діяльності власників усталеного бізнесу, частка яких коливається 4,5%-11,1 % у 2016 р. та 4,7%-11,6 % у 2019 р. Підкреслимо, що частка підприємств-новачків зменшується в країнах ЄС, що є сигналом скорочення стимулів до підприємницької ініціативи. Відповідно, такі тенденції поширюються на кількісні та якісні індикатори діяльності соціальних підприємств у Європі та США. Враховуючи те, що активізується діяльність підприємців-новачків у США, відповідно, можна стверджувати попередні висновки, що поширення американської моделі соціального підприємництва та непопулярність європейських принципів підприємницької діяльності у соціальній сфері. У 2019 р. перші позиції в рейтингу за кількістю підприємств-новачків та за власниками нового бізнесу займає Чилі (відповідно 26,9 %(1) та 11,0% (4)). Лідером за власниками усталеного бізнесу є Південна Корея (13,0 % (6)).

Практичне дослідження щодо підприємницької активності дозволило виокремити країни, котрі є лідерами за розвитком приватної ініціативи та підтримки підприємництва. Додатковим індикатором, який характеризує умови для реалізації приватних ініціатив у галузі соціального підприємництва є рейтинг країн за розвитком соціального підприємництва (рис. 2.7).

Відповідно даних, представлених рисунком 2.7 (а, б), протягом 2016-2019 рр. відбулися зміни світових лідерів щодо реалізації соціальних завдань з різними інноваційними стратегіями.

Так, у 2016 р. до лідерів входило п’ять країн ЄС (Франція, Бельгія, Данія, Нідерланди та Фінляндія), тоді як у 2019 р. на десятій позиції втрималася лише Франція. Визначені тенденції свідчать про недостатній рівень розвитку та непопулярність європейської моделі соціального підприємництва.

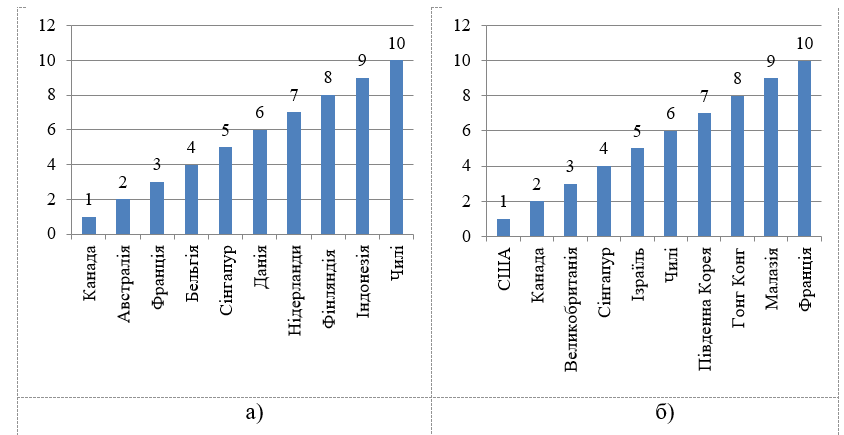


Рис. 2.7 – ТОР-10 країн за розвитком соціального підприємництва у 2016 р. (а) та 2019 р. (б)

Джерело: складено авторами на основі **[67]**

У 2019 р. США та Канада є країнами, котрі створили найсприятливіші умови для соціального підприємництва, що і підтверджує домінування американської моделі та вказує на домінування комерційних цілей на соціальними для ринкової економіки. Безумовно, успішність розвитку будь-якого підприємства залежить від вмілого та ефективного управління. Зауважимо, що засновники соціальних підприємств – соціальні підприємці – діють на основі поєднання традиційного та інноваційного бізнесів, що підкреслює їх людиноцентричність. Соціальні підприємці вдосконалюють господарську діяльність запровадженням та поширенням креативних методів вирішення соціальних завдань, дотримуються балансу між традиційними та інноваційними формами організації бізнесу.

До основних професійних риси соціального підприємця віднесемо наступні [79]**:**

1. відповідальність за результати та наслідки своєї діяльності перед суспільством та окремою людиною;
2. інноваційність у розподілі та концентрації ресурсів щодо реалізації соціального завдання;
3. домінування некомерційних цілей над комерційними; концентрація на ефективності діяльності, конкурентоспроможності та окупності;
4. прагнення до створення нових робочих місць, до постійних змін та реформування соціальної реальності;
5. рішучість, що дозволяє ризикувати і виходити на новий рівень розвитку;
6. готовність робити значні внески в економічний і соціальний розвиток суспільства тощо.

На основі зазначеного вище, підкреслимо, що основною відмінністю соціального підприємця є створення соціально значущого результату, а не отримання прибутку від створення бізнесу. Відповідно, прагнення до соціальних змін (радикальних або інкрементальних), а не використання ринкових можливостей для збільшення власного багатства є головною метою соціальних підприємств та їх бізнес-місією. Як позитивний досвід соціального підприємництва в Україні та світі можна навести діяльність підприємств у сфері послуг. Метою підприємств є створення значної кількості робочих місць для фахівців різних напрямів, котрі виконують дрібні послуги за помірну оплату. Підкреслимо, що такий вид діяльності має подвійний соціальний ефект: з одного боку забезпечує працевлаштування та певний рівень доходу виконавцю послуг, а з другого боку, дозволяє вирішити проблему замовника послуг із незначними витратами. Зауважимо, що вітчизняний досвід розвитку соціального підприємства свідчить про недостатність державної підтримки такої інноваційної форми бізнесу. На відміну від країн ЄС, де більшість соціальних ініціатив фінансується за рахунок фінансової підтримки держави. Необхідно підкреслити, що перспективність розвитку соціальних підприємств у національній економіці визначається такими чинниками: можливість використання трудових ресурсів, котрі не задіяні в діяльності традиційних підприємств; підтримка міжнародних організацій та можливість створення мережі соціальних підприємств як на національному, так і міжнародному рівнях.

Висновки до розділу 2

г) Здійснено оцінку рівня сприятливості розвитку соціального підприємництва, яка є вкрай важливою для розвитку соціального підприємництва, створеного в країні та чинників, котрі його формують є вкрай важливою. Адже вона вказує на сильні та слабкі сторони, що потребують постійної уваги. Здійснені оцінка підтвердила нагальність потреби впровадження «державної політики розвитку соціального підприємництва» з метою підтримки статусу «соціальної країни», «економіки з людським обличчям», що вказує на вектор руху в напрямку формування людиноцентричної економіки як найважливішого пріоритету майбутнього розвитку держави і суспільства.

д) Проаналізовано бізнес-середовище розвитку соціального підприємництва країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Бізнес-середовище можна класифікувати як за багатьма аспектами та типологією, так і вивченням його за різними сферами впливу на нього. На бізнес середовище певної країни впливає не тільки уряд й підприємництво, а ще й соціальні умови, культура, традиції ведення бізнесу в певному регіоні та певні вже сталі бізнес-відносини з іноземними партнерами. Визначено, що бізнес-клімат у країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону є сприятливим, хоча показник «смертності» підприємств наздоганяє показних новостворених підприємств, таке середовище спонукає до створення ще більш унікальних ідей та велика конкуренція впливає на якість товарів чи послуг.

е) Досліджено європейські практики впровадження соціальних бізнес-ініціатив. Доведено, що у європейському контексті «соціальне підприємство» – це інноваційно-комерційний підхід у вирішенні соціальних проблем, якого дотримується організація в процесі розвитку бізнесу, що реалізується в основному через некомерційні організації, з можливістю використання в комерційному спрямуванні. Європейський досвід практики застосування соціального підприємництва має кілька особливостей: активна централізована участь держави в соціальній підтримці та допомозі певним категоріям громадян; в окремих країнах дефініції «соціальне підприємство» і «соціальні кооперативи» синонімічні; соціальне підприємництво – це не просто метод вирішення соціальних проблем, а один із засобів стимулювання європейської економіки.

**3 ПРОГНОЗУВАННЯ ТРЕНДІВ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАНІ**

**3.1 Імплементація міжнародного досвіду розвитку національного соціального підприємництва**

Еволюція європейських суспільств у контексті глобальної економіки призвела до поява нових і більш диверсифікованих потреб молодих людей, які вимагають нового типи відповідей. Молоді покоління розриваються між спокусою відійти від суспільства участь і бажання більш відкритого, активного та відповідального суспільства, яке також є меншим централізована і менш залежна від традиційних організаційних форм. Стратегія ЄС 2020 для розумних, стале та інклюзивне зростання визнають, що «для того, щоб подолати поточну економічну кризи, відновлення не може базуватися на підході «бізнес як завжди». Соціальні підприємці прагнуть вирішувати гострі проблеми у своїх місцевих громадах і національному суспільстві, вважаючи це інноваційним рішення соціальних проблем є важливим джерелом натхнення для відновлення. У цьому Контекст «Підтримуйте своє життя» має на меті за допомогою цього аналізу дослідити концепції соціального підприємництво та соціальні інновації, представляючи відповідні програми фінансування та передовий досвід навколо Європи.На сучасному етапі суспільного розвитку така інноваційна форма бізнесу як соціальне підприємництво дозволяє вирішити соціальні проблеми створення нових робочих місць, підвищення рівня та якості життя в країні, розвитку кожної особистості впродовж життя. Унаслідок неможливості забезпечення належного рівня соціального розвитку на рівні держави, виникає необхідність пошуку ефективних методів дотримання соціальної збалансованості на локальному та субрегіональному рівнях суспільства [80].

Соціальне підприємництво «Соціальне підприємство» поєднує підприємницьку діяльність із соціальною метою. Його головна мета – мати соціальний вплив, а не максимізація прибутку для власників чи акціонерів. Компанії, що надають соцпослуги та/або товари та послуги для вразливих верств населення є типовим прикладом соціального підприємництва.

Згідно з останніми доступними даними, у «соціальній економіці» зайнято понад 11 мільйонів людей ЄС, що становить 6% від загальної зайнятості.

Соціальні інновації. Соціальні інновації стосуються розробки нових ідей, послуг і моделей для кращого вирішення соціальні питання. Він запрошує державні та приватні суб’єкти, включаючи громадянське суспільство, внести свій внесок у покращення соціальної сфери послуги.

Соціальні інновації охоплюють розробку та реалізацію нових ідей (таких як продукти, послуги та моделі) для задоволення суспільних потреб, створення нових соціальних відносин і розміщення передати нові відповіді на гострі соціальні вимоги. Соціальні інновації - це інновації, які є соціальні як у своїх цілях, так і в їхніх засобах, і вони не тільки корисні для суспільства, але й здатні підвищити здатність людей діяти. Їх можна розглядати як можливість як для державного сектору і для ринків, щоб продукти та послуги краще задовольняли як індивідуальних, так і колективних прагнення.

Процес, за допомогою якого розробляються нові відповіді на соціальні потреби з метою забезпечення кращого соціального забезпечення Результати складаються з чотирьох основних елементів:

- виявлення соціальних потреб;

- розробка нових рішень у відповідь на ці соціальні потреби;

- оцінка ефективності нових рішень у задоволенні суспільних потреб;

- нарощування ефективних соціальних інновацій.

Реакція політики Стимулювання інновацій, підприємництва та суспільства, заснованого на знаннях, лежить в основі Стратегія Європа 2020. Соціальні інновації також є частиною Пакету соціальних інвестицій Комісії (SIP) і має бути вбудованим у розробку політики та пов’язаний із соціальними пріоритетами, такими як імплементація рекомендацій для конкретних країн (у тому числі за допомогою Європейського соціального фонд).

Національним органам влади пропонується розробити нормативне середовище, яке дозволить і заохотить соціальні інновації та соціальна економіка, крім надання достатньої фінансової підтримки.

Крім того, їх заохочують розвивати соціальні підприємства, доручаючи їм надавати соціальні послуги та просування корпоративної соціальної відповідальності.

Роль Європейської комісії зосереджена на таких галузевих сферах:

* він керує країнами ЄС у більш ефективному та результативному використанні своїх соціальних бюджетів для забезпечення;
* адекватний і стійкий соціальний захист;
* він спрямований на зміцнення поточних і майбутніх можливостей людей і покращення їхніх можливостей;
* брати участь у житті суспільства та на ринку праці;
* він зосереджений на інтегрованих пакетах переваг і послуг, які допомагають людям протягом усього їхнього життя;
* живе та досягає тривалих позитивних соціальних результатів;
* закликає інвестувати в дітей та молодь, щоб збільшити їхні можливості в житті.

Програма ЄС із зайнятості та соціальних інновацій (EaSI). Програма зайнятості та соціальних інновацій (EaSI) є інструментом фінансування, який сприяє високим рівнів якості та сталої зайнятості, гарантування соціального захисту та боротьби з соціальне відчуження та бідність.

EaSI керується безпосередньо Європейською комісією та охоплює три програми ЄС, які керувалися окремо в період програмування 2007-2013 ( PROGRESS , EURES і Progress Мікрофінансування). Програма підтримує:

1. модернізація зайнятості та соціальної політики з віссю PROGRESS (61% від загального бюджет);

2. робоча мобільність з віссю EURES (18% від загального бюджету);

3. доступ до мікрофінансування та соціального підприємництва з Microfinance and Social.

Вісь підприємництва (21% від загального бюджету).

Основними завданнями програми є:

* посилення причетності до цілей ЄС і координації дій на рівні ЄС і національному рівні в
* сфери зайнятості, соціальних питань та інклюзії;
* підтримка розвитку відповідних систем соціального захисту та політики ринку праці;
* модернізація законодавства ЄС та забезпечення його ефективного застосування;
* сприяння географічній мобільності та збільшення можливостей працевлаштування;
* підвищення доступності та доступності мікрофінансування для вразливих верств населення та мікропідприємства та розширення доступу до фінансування для соціальних підприємств [81].

Переслідуючи ці цілі, програма приділяє особливу увагу вразливим групам, таким як молодих людей, і він прагне сприяти рівності між жінками та чоловіками, недискримінації, якісної та сталої зайнятості та боротьби з довгостроковим безробіттям, бідністю та соціальними виключення.

Європейський соціальний фонд. ЄСФ підтримує створення соціальних підприємств як джерела робочих місць у особливо для груп людей, яким важко отримати роботу з різних причин, таких як безробітна молодь, інваліди та жителі сільських громад.

ЄСФ допомагає широкому колу таких соціальних підприємств, і його підтримка може мати різні форми. Це може залучати навчання менеджменту для тих, хто керуватиме підприємствами, пропонуючи навички в людських ресурси, трудове законодавство, здоров'я та безпека тощо. Це може включати специфічні технічні навички потреби підприємства, а також підтримує соціальні підприємства в пошуку фінансової підтримки для своїх діяльності в довгостроковій перспективі.

Конкурс соціальних інновацій. Останнім часом у Європі різко зросла кількість біженців та мігрантів подорожі на континент. Цей безпрецедентний приплив вразливих осіб, які шукають міжнародної допомоги захист є проблемою не лише з точки зору їх негайного прийому, але й щодо до їх довгострокової інтеграції в суспільство.

Таким чином, необхідні інноваційні підходи для підтримки потенціалу біженців та мігрантів Європейська комісія шукає інновації в продуктах, технологіях, послугах і моделях, які може підтримати інтеграцію цих уразливих груп населення. З цієї причини Соціальні інновації 2016 року Конкурс під назвою «Інтегроване майбутнє» зосереджується саме на соціальних інноваціях для біженців та мігрантів. Конкурс на 2016 рік відкритий для окремих осіб, груп та організацій в Європейському Союзі та в країнах-учасницях програми «Горизонт 2020», а також у трьох кожен з переможців отримає приз у розмірі 50 000 євро [82].

Нинішня економічна криза призвела до зростання рівня безробіття в усьому Союзі зокрема серед молоді. Сьогодні рівень безробіття серед молоді в ЄС все ще дуже високий піки понад 40% у кількох країнах і понад 4,5 мільйонів молодих людей (віком 15-24 роки) є безробітними.

У такому контексті більше уваги почали приділяти соціальному підприємництву як інструменту з високий потенціал для створення робочих місць, а також для заохочення відповідальних та активних громадянство. Модель соціального підприємництва може зацікавити молодих людей і дати їм шанс надати інноваційні рішення та відповіді на поточні економічні, соціальні та екологічні виклики [83]. Крім того, соціальне підприємництво може виявитися стратегічним засобом підвищити соціальну залученість молоді та сприяти її активній участі як європейців громадян

**3.2 Прогнозування та стратегічні орієнтири соціального бізнесу в Україні**

Розглянемо приклади соціальних підприємств в різних країнах ЄС [84-85].

Італія. Національний та/або регіональний закон, що визначає та регламентує діяльність соціальних підприємств. В Італії термін «соціальне підприємство» вперше був використаний у 1980-х роках для позначення інноваційного приватного бізнесу ініціативи, створені групами волонтерів для надання соціальних послуг або сприяння інтеграції знедолених людей на ринку праці. Ці ініціативи набули власного юридичного характеру тотожність із Законом про соціальні кооперативи 1991 року (Закон № 381/1991).

Після цього Законом «Про соціальні підприємства» введено юридичну категорію «соціальне підприємство». 2006 (Закон № 155/2006). Цей закон не створює нової правової форми чи нового типу організації, але дозволяє організації юридично визнаватися соціальним підприємством незалежно від її юридичної форми, якщо він відповідає таким критеріям:

* є приватною юридичною особою;
* він займається регулярним виробництвом і обміном товарів і послуг, що мають «суспільну корисність».
* прагнення досягти суспільно корисної мети, а не отримати прибуток;
* він може отримувати прибуток, але не може розподіляти його між членами або власниками (нерозподіл обмеження).

Крім того, соціальне підприємство має відповідати іншим принципам управління, таким як прозорість, відкритість та участь у прийнятті рішень. У порівнянні з соціальним кооперативом правова форма соціального підприємства охоплює ширший спектр діяльності, а саме: соціальне забезпечення, охорона здоров'я, соціальна допомога, освіта, навчання та професійна підготовка, екологія та екосистема охорона, розвиток культурної спадщини, соціальний туризм, академічний та пост-академічний освіта, дослідження та надання культурних послуг, позакласна підготовка, підтримка соцпідприємств.

Статистика соціальних підприємств За оцінками, в Італії існує приблизно 35 000 соціальних підприємств, які повністю відповідають критеріям згідно з операційним визначенням ЄС, що становить 0,8 відсотка від загальної кількості підприємців.

Соціальні кооперативи становлять лише третину від загальної кількості соціальних підприємств Італії. Крім того, серед них можна знайти організації, що демонструють характеристики соціальних підприємств асоціації, фонди, кооперативи та основні підприємства.

Організації/організації, що сприяють соціальному підприємництву

Італія має відносно багату, добре розвинену та різноманітну екосистему для соціальних підприємств в інші країни Європи. Було розроблено декілька заходів та ініціатив громадської підтримки органами влади на місцевому рівні (провінції та регіони) та національному рівні. Мережі та взаємопідтримка механізми добре налагоджені в Італії. Щоб бути ефективними на ринку, розмістіть соціальні кооперативи часто об’єднуються в місцеві консорціуми, які, у свою чергу, об’єднані в національні федеративні тіла.

На місцевому рівні варто згадати Місцеву групу дій, якою керує партнер проекту організація «Геопарк Рокка ді Черере» на Сицилії, яка сприяє та підтримує зростання та розвиток місцевих соціальних підприємств. Заснований у 1998 році геопарк Rocca di Cerere працює в кілька муніципалітетів провінції Енна і протягом багатьох років просуває певний ендогенна модель сталого розвитку, яка уможливила поширення геотуризму на місцевому рівні рівень. Його місія полягає в тому, щоб покращити продуктивність сільських районів у провінції Енна через розвиток інтегрованої системи для стійкого використання природних, культурних і місцеві гастрономічні ресурси. Цю модель розвитку також визнала ЮНЕСКО, яка включив територію до «Глобальної мережі геопарків» (GGN).

Литва. Національний та/або регіональний закон, що визначає та регламентує діяльність соціальних підприємств у Литві соціальне підприємництво все ще має вузьке визначення, особливо зосереджуючись на задоволенні компаній критерії та передумови для створення робочих місць для людей, які перебувають у невигідному становищі ринок праці (переважно, інваліди). Поняття «соціальне підприємство» юридично визнано, a Закон про соціальні підприємства, ухвалений у 2004 році (зі змінами внесений у 2011 році), який визначає соціальне підприємство як «будь-яке підприємство, створене з метою створення робочих місць для людей із серйозними проблемами у невигідному становищі на ринку праці». Як передбачає Закон, їхньою метою є працевлаштування осіб, які віднесені до цільових груп, зазначених у цьому Законі, і які були також економічно неактивні та неспроможні на рівних умовах конкурувати на ринку праці як сприяння поверненню цих осіб на ринок праці, а також їх соціальній інтеграції щоб зменшити соціальне відчуження.

Закон розрізняє два види соціальних підприємств:

1. Соціальне підприємство з кількістю працівників (з наступних цільових груп: інваліди, довготривалі безробітні, особи, яким до закінчення роботи залишилося не більше п'яти років пенсійного віку, одиноких батьків, колишніх ув'язнених та наркоманів після реабілітації) становить не менше 40 відсотків річної середньозваженої чисельності працівників список;

2. Соціальне підприємство інвалідів – працівники, які віднесені до цільової групи. Інваліди становлять не менше 50 відсотків середньорічної чисельності працівників штатний розпис.

Крім того, обидва типи соціальних підприємств повинні відповідати іншим особливим вимогам, щоб бути такими відповідність вимогам статусу соціального підприємства, зокрема установчі документи компанії, місію та бачення повинно чітко окреслювати зайнятість осіб, які відносяться до цільових груп, розвиток їхніх робочих (технічних) і соціальних навичок, а також їх соціальної інтеграції як її операційна мета.

Дані про юридично створені соціальні підприємства здебільшого стосуються наданого переліку соціальних підприємств на сайті Литовської біржі праці. У червні 2014 року було 133 соціальних підприємства діючих, з них 64 зі статусом соціальних підприємств інвалідів та 69 із них статус соціального підприємства. З моменту прийняття Закону про соціальні підприємства у 2004 р. кількість компаній зросла в 5 разів (з 26 соціальних підприємств у 2004 році до 133 соціальних підприємств у 2014 р.) і кількість працівників з інвалідністю на цих підприємствах у 7 разів.

Організації/організації, що сприяють соціальному підприємництву У Литві існують три мережі соціальних підприємств: Асоціація литовських соціальних

Підприємства у Вільнюсі, Асоціація соціальних підприємств у Каунасі та Союз соціальних Підприємства інвалідів у Клайпеді. Ці мережі часто співпрацюють у особливих випадках, наприклад приклади змін до Закону про соціальні підприємства та інших відповідних змін до законів.

Крім того, для підтримки працевлаштування соціально незахищених верств населення на соціальних підприємствах 74 млн. Лт було виділено з фондів ЄС на період 2014-2015 рр. Нещодавно одна конкретна проект «Підтримка соціальних підприємств у 2014-2015 рр.», що реалізується в рамках ЄС 2014-2020 рр.

Інвестиційна операційна програма структурних фондів, пріоритет 8 «Сприяння соціальному залученню та підтримати боротьбу з бідністю», була схвалена та впроваджена Працею Литви.

Нідерланди. Національне та/або регіональне законодавство, що визначає та регламентує діяльність соціальних підприємств. Нідерланди не мають спеціальної політичної бази чи окремого правового статуту для соціальних підприємств. Організаційно-правова форма громадських підприємств була запропонована урядом у 2008 році включені в рамки приватного права. Пропозиція мала на меті створити формальну структуру для секторах освіти, охорони здоров'я та соціального житла з метою збільшення приватної участі в ці напівдержавні організації.

У Нідерландах немає офіційного чи загальноприйнятого визначення соціального підприємства. Серія використовуються такі терміни, як «sociale ondernemingen» (соціальні підприємства), «sociale firma’s» (соціальні фірми) та соціальні кооперативи. Поняття «maatschappelijke organisates» (соціальні організації) є також широко використовується, але стосується дуже широкого кола організацій, хоча може включати соціальні підприємств. Дебати щодо соціальних підприємств є подвійними. З одного боку йде пасмо соціальні підприємства, які більше відповідають англосаксонській традиції та на яких більше зосереджені підприємництво та участь у ринку. З іншого боку, існують т. звані «maatschappelijke organisates» (суспільні організації), зосереджені на «суспільному благу», становлячи набагато більша група організацій, яка включає суспільно корисні компанії, житлові корпорації та заклади охорони здоров'я та освіти.

Підсумовуючи, у Нідерландах немає спеціально створеної юридичної форми для соціальних підприємств Цікаво, що уряд не вважає, що соціальні підприємства потребують пільгового режиму над іншими типами підприємств. Тільки працюють інтеграційні соціальні підприємства (WISE), на які покладаються державне фінансування, були охоплені політикою на місцевому рівні, і очікуються законодавчі зміни подальшого підвищення значення місцевих органів влади для функціонування WISE.

Статистика соціальних підприємств

Даних про кількість соціальних підприємств у Нідерландах немає. Дослідження 2011 року виданий консалтинговою фірмою (McKinsey & Co) надав оцінку від 4000 до 5000 соціальних підприємств у країні, на яких працює близько 26 000 осіб із сумарним оборотом 1,4 мільярда євро.

У цьому ж дослідженні також було оцінено, що 10-річний потенціал складатиме близько 10 000 соціальних підприємств, з 100 000 зайнятих і оборотом 5,4 мільярда євро.

Організації/організації, що сприяють соціальному підприємництву Існує кілька мереж соціальних підприємств, багато з яких були створені зовсім недавно. Соціальний Enterprise NL — це відносно нова мережа соціальних підприємців, яка швидко розвивається. Нараховує 190 є членами та організовує заходи, пропонує інформацію для соціальних підприємців, підтримку бізнесу, навчання та сприяння контактам між підприємцями та потенційними інвесторами та фінансистами.

Social Powerhouse – це також мережа для соціальних підприємств, хоча й менш професійна та активна ніж Social Enterprise NL. Існує також кілька платформ і структур взаємних, рівноправних і самодопомоги, а також соціальні інкубатори, академічні програми навчання та дослідження соціальних підприємництво та База даних соціальних інновацій (Kennisbank Sociale Innovate) практики щодо соціальних інновацій на підприємствах.

Нижче наведено SWOT-аналіз (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – SWOT-аналіз розвитку соціального підприємництва



Джерело: створено автором на основі [86]

На рис. 3.1 представлено які сфери діяльності, представники яких брали участь у опитуванні. У визначених напрямах найчастіше мають місце проблеми соціального характеру [87-88]. І для того, щоб акумулювати соціально-економічні наслідки розвитку соціального бізнесу в даних сферах, необхідністю було почути їх ставлення та обізнаність стосовно соціальної політики держави.

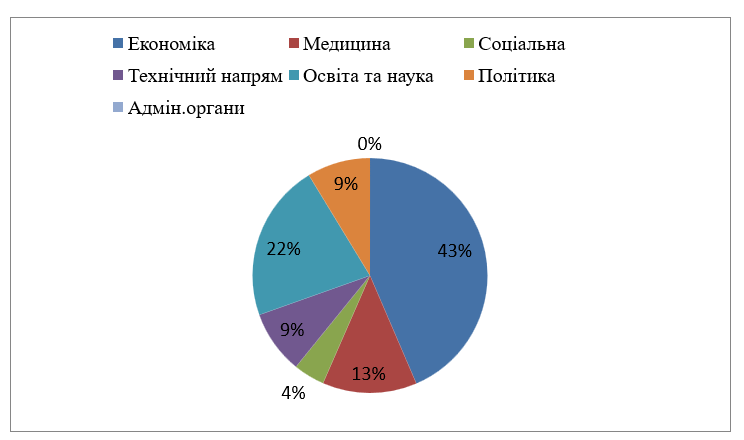


Рис. 3.1 – Діаграма опитаних щодо сфер діяльності

Джерело: побудовано автором на основі [88]

Найголовнішими показниками опитування виявилися питання, з відкритими відповідями, де респонденти змогли по факту розповісти про реальний стан в кожній зі сфер діяльності, та що їх турбує (рис. 3.2).

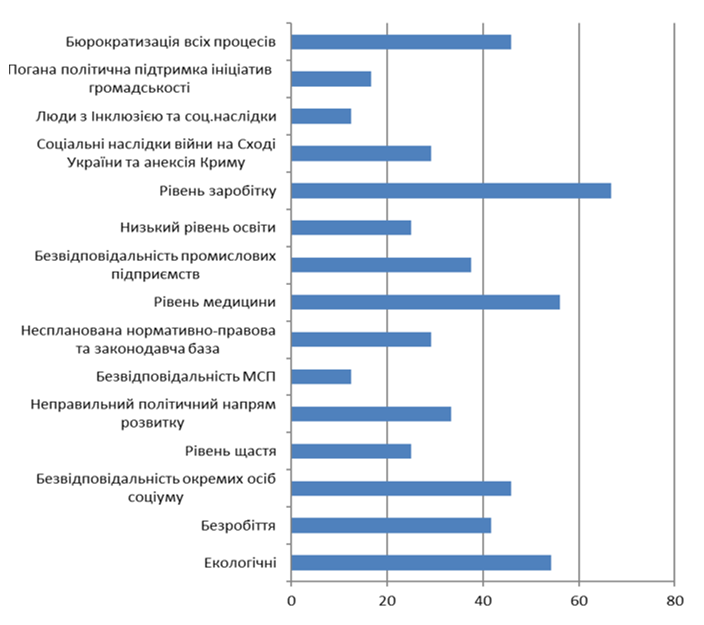


Рис. 3.2 – Запитання з відкритими відповідями

Джерело: побудовано автором на основі [88-90].

Найбільшими проблемними питаннями для людей виявилисярівень заробітку та медицини, екологічні питання, рівень бюрократизації тощо.

Висновки до розділу 3

Обґрунтовано можливості імплементації міжнародного досвіду розвитку національного соціального підприємництва. Соціальні інновації охоплюють розробку та реалізацію нових ідей (таких як продукти, послуги та моделі) для задоволення суспільних потреб, створення нових соціальних відносин і розміщення передати нові відповіді на гострі соціальні вимоги. Соціальні інновації - це інновації, які є соціальні як у своїх цілях, так і в їхніх засобах, і вони не тільки корисні для суспільства, але й здатні підвищити здатність людей діяти. Їх можна розглядати як можливість як для державного сектору і для ринків, щоб продукти та послуги краще задовольняли як індивідуальних, так і колективних прагнення.

Еволюція європейських суспільств у контексті глобальної економіки призвела до поява нових і більш диверсифікованих потреб молодих людей, які вимагають нового типи відповідей. Молоді покоління розриваються між спокусою відійти від суспільства участь і бажання більш відкритого, активного та відповідального суспільства, яке також є меншим централізована і менш залежна від традиційних організаційних форм. Стратегія ЄС 2020 для розумних, стале та інклюзивне зростання визнають, що «для того, щоб подолати поточну економічну кризи, відновлення не може базуватися на підході «бізнес як завжди». Соціальні підприємці прагнуть вирішувати гострі проблеми у своїх місцевих громадах і національному суспільстві, вважаючи це інноваційним рішення соціальних проблем є важливим джерелом натхнення для відновлення. У цьому Контекст «Підтримуйте своє життя» має на меті за допомогою цього аналізу дослідити концепції соціального підприємництво та соціальні інновації, представляючи відповідні програми фінансування та передовий досвід навколо Європи.На сучасному етапі суспільного розвитку така інноваційна форма бізнесу як соціальне підприємництво дозволяє вирішити соціальні проблеми створення нових робочих місць, підвищення рівня та якості життя в країні, розвитку кожної особистості впродовж життя. Унаслідок неможливості забезпечення належного рівня соціального розвитку на рівні держави, виникає необхідність пошуку ефективних методів дотримання соціальної збалансованості на локальному та субрегіональному рівнях суспільства.

Крім того, їх заохочують розвивати соціальні підприємства, доручаючи їм надавати соціальні послуги та просування корпоративної соціальної відповідальності.

Роль Європейської комісії зосереджена на таких галузевих сферах:

* він керує країнами ЄС у більш ефективному та результативному використанні своїх соціальних бюджетів для забезпечення;
* адекватний і стійкий соціальний захист;
* він спрямований на зміцнення поточних і майбутніх можливостей людей і покращення їхніх можливостей;
* брати участь у житті суспільства та на ринку праці;
* він зосереджений на інтегрованих пакетах переваг і послуг, які допомагають людям протягом усього їхнього життя;
* живе та досягає тривалих позитивних соціальних результатів;
* закликає інвестувати в дітей та молодь, щоб збільшити їхні можливості в житті.

**ВИСНОВКИ**

Кваліфікаційна робота магістра містить нові підходи до виконання наукового завдання, яке пов’язане з міжнародними практиками соціального підприємництва та можливостями їх імплементації в національній економіці . У результаті дослідження сформульовано такі висновки і пропозиції:

а) Еволюція розвитку соціального підприємства показала, що соціальне підприємництво виникло як спосіб подолання соціальних проблем, таких як безробіття, бідність, відсутність суспільної взаємодії. Крім того, метою соціального бізнесу є задоволення тих потреб суспільства, які ігноруються приватний сектор, а держава є неспроможною забезпечити населення певними послугами. не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує. Доведено, що соціальне підприємництво допомагає надавати державні послуги новими способами та механізмами й задовольняти потреби населення; створювати робочі місця; забезпечувати професійне зростання; розвивати громади, залучати до суспільно корисної діяльності незахищені верстви населення; активізувати представників суспільства, котрі здатні до самостійного вирішення питань та відповідальності за наслідки; забезпечння незахищених верств населення суспільно корисною працею; сприяння розвитку сільських та міських території, вдосконалюючи їх соціальну інфраструктуру тощо.

б) Визначено напрями дослідження категорії «соціальне підприємництво»: поняття «соціальне підприємництво», роль соціального підприємця, гендерний аспект у діяльності соціального підприємства та міжнародний досвід соціального підприємництва. Питання єдиного підходу до теоретичного визначення поняття «соціальне підприємництво» є невирішеним, хоча існують окремі наукові точки зору щодо трактування зазначеної економічної категорії. Доведено, що в діяльності будь-якого суб’єкта господарювання, незалежно від домінування комерційних або некомерційних цілей, особлива роль належить людині – соціальному підприємцю. З точки зору гендерного аспекту науковці доводять, що соціальне підприємництво є перш за все засобом самореалізації для жінок, котрі виступають агентами змін у сучасній економіці. У міжнародному масштабі розподіл соціальних підприємств є нерівномірним і помітні відмінності, що відображають національні особливості добробуту, ринку праці та ідеології.

в) Виокремлено чинники розвитку та моделі соціального бізнесу. В залежності від періоду економічного розвитку кожної країни чинники можуть змінюватись або деякі з них можуть бути сталими та незмінними. Виокремлено соціально-психологічні та культурні, інформаційно-комунікативні та правові чинники, які визначають відмінності між країнами в межах одного світового регіону. Зазначені чинники сприяють нарощенню потенціалу – відносяться до соціальних, починаючи з прав та свобод – завершуючи традиціями та культурними надбаннями.

г) Здійснено оцінку рівня сприятливості розвитку соціального підприємництва, яка є вкрай важливою для розвитку соціального підприємництва, створеного в країні та чинників, котрі його формують є вкрай важливою. Адже вона вказує на сильні та слабкі сторони, що потребують постійної уваги. Здійснені оцінка підтвердила нагальність потреби впровадження «державної політики розвитку соціального підприємництва» з метою підтримки статусу «соціальної країни», «економіки з людським обличчям», що вказує на вектор руху в напрямку формування людиноцентричної економіки як найважливішого пріоритету майбутнього розвитку держави і суспільства.

д) Проаналізовано бізнес-середовище розвитку соціального підприємництва країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Бізнес-середовище можна класифікувати як за багатьма аспектами та типологією, так і вивченням його за різними сферами впливу на нього. На бізнес середовище певної країни впливає не тільки уряд й підприємництво, а ще й соціальні умови, культура, традиції ведення бізнесу в певному регіоні та певні вже сталі бізнес-відносини з іноземними партнерами. Визначено, що бізнес-клімат у країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону є сприятливим, хоча показник «смертності» підприємств наздоганяє показних новостворених підприємств, таке середовище спонукає до створення ще більш унікальних ідей та велика конкуренція впливає на якість товарів чи послуг.

е) Обґрунтовано можливості імплементації міжнародного досвіду розвитку національного соціального підприємництва. Соціальні інновації охоплюють розробку та реалізацію нових ідей (таких як продукти, послуги та моделі) для задоволення суспільних потреб, створення нових соціальних відносин і розміщення передати нові відповіді на гострі соціальні вимоги. Соціальні інновації - це інновації, які є соціальні як у своїх цілях, так і в їхніх засобах, і вони не тільки корисні для суспільства, але й здатні підвищити здатність людей діяти. Їх можна розглядати як можливість як для державного сектору і для ринків, щоб продукти та послуги краще задовольняли як індивідуальних, так і колективних прагнення.

ж) Еволюція європейських суспільств у контексті глобальної економіки призвела до поява нових і більш диверсифікованих потреб молодих людей, які вимагають нового типи відповідей. Молоді покоління розриваються між спокусою відійти від суспільства участь і бажання більш відкритого, активного та відповідального суспільства, яке також є меншим централізована і менш залежна від традиційних організаційних форм. Стратегія ЄС 2020 для розумних, стале та інклюзивне зростання визнають, що «для того, щоб подолати поточну економічну кризи, відновлення не може базуватися на підході «бізнес як завжди». Соціальні підприємці прагнуть вирішувати гострі проблеми у своїх місцевих громадах і національному суспільстві, вважаючи це інноваційним рішення соціальних проблем є важливим джерелом натхнення для відновлення. У цьому Контекст «Підтримуйте своє життя» має на меті за допомогою цього аналізу дослідити концепції соціального підприємництво та соціальні інновації, представляючи відповідні програми фінансування та передовий досвід навколо Європи.

з) На сучасному етапі суспільного розвитку така інноваційна форма бізнесу як соціальне підприємництво дозволяє вирішити соціальні проблеми створення нових робочих місць, підвищення рівня та якості життя в країні, розвитку кожної особистості впродовж життя. Унаслідок неможливості забезпечення належного рівня соціального розвитку на рівні держави, виникає необхідність пошуку ефективних методів дотримання соціальної збалансованості на локальному та субрегіональному рівнях суспільства.

е) Крім того, їх заохочують розвивати соціальні підприємства, доручаючи їм надавати соціальні послуги та просування корпоративної соціальної відповідальності.

Роль Європейської комісії зосереджена на таких галузевих сферах:

* він керує країнами ЄС у більш ефективному та результативному використанні своїх соціальних бюджетів для забезпечення;
* адекватний і стійкий соціальний захист;
* він спрямований на зміцнення поточних і майбутніх можливостей людей і покращення їхніх можливостей;
* брати участь у житті суспільства та на ринку праці;
* він зосереджений на інтегрованих пакетах переваг і послуг, які допомагають людям протягом усього їхнього життя;
* живе та досягає тривалих позитивних соціальних результатів;
* закликає інвестувати в дітей та молодь, щоб збільшити їхні можливості в житті.

**Перелік джерел посиланЬ**

Mair J., Robinson J., Hockerts K. Social Entrepreneurship. New York: Palgrave MacMillan, 2006. P. 267–272 (дата звернення: 22.09.2021).

Салій І. Американський та європейський шляхи соціального підприємництва. Громадський простір URL:http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/109-amerykanskyi-ta-ievropeiskyi-shliakhy-sotsialnoho-pidpryiemnytstva (дата звернення: 23.09.2021).

Joseph A. Schumpeter: Historian of Economics: Perspectives on the History of Economic Thought. London : Routledge, 1996. 336 p.

The Institute for Social Entrepreneurs. Evolution of the social enterprise industry: A chronology of key events 2008. URL: http://socialent.org/documents/ (дата звернення: 24.09.2021).

Rosca E., Agarwal N., Brem A. Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. Теchnological forecasting and social change. DOI: 10.1016/j.techfore.2020.120067 (дата звернення: 24.09.2021).

1. Zulkefly N. A., Ghani N. A., Alquliti W. Identification of variables in predicting trends in social entrepreneurship. International Conference Computer Science and Engineering. Journal of Physics: Conference Series. 26–27 April 2019. Padang, Indonesia. Vol. 1339 (1). DOI: https://doi.org/10.1088/1742-6596/1339/1/012025 (дата звернення: 12.10.2021).

Doherty B., Haugh H., Lyon F. Social Enterprises as Hybrid Organizations: A Review and Research Agenda. *International journal of management reviews*. 2014. №16 (4). Р. 417–436.

Battilana J., Dorado S. Building sustainable hybrid organizations: the case of commercial microfinance organizations. *Academy of management journal*. 2010. №53 (6). Р. 1419–1440.

Battilana J., Sengul M., Pache A.C., Model J. Harnessing productive tensions in hybrid organizations; the case of work social enterprises. *Academy of management journal*. 2015. №58 (6). Р. 1658–1685.

Bull M., Ridley-Duff R. Towards an Appreciation of Ethics in Social Enterprise Business Models. *Journal of business ethnics*. 2019. №159 (3). Р. 619–634.

Ebrahim A., Battilana J., Mair J. The governance of social enterprises: Mission drift and accountability challenges in hybrid organizations. *Research in organizational behavior: an annual series of analytical essay and critical reviews*. 2014. №34. Р. 81–100.

Newman A., Neesham C., Manville G., Herman H. M. Examining the influence of servant and entrepreneurial leadership on the work outcomes of employees in social enterprises. *International journal of human resources management*. 2018. №29 (20). Р. 2905–2926.

Bridgstock, R., Lettice, F., Ozbilgin, M.F. & Tatli, A. Diversity management for innovation in social enterprises in the UK. *Entrepreneurship and regional development*. 2010. №22 (6). Р. 557–574.

Battilana J., Lee M. Advancing Research on Hybrid Organizing - Insights from the Study of Social Enterprises. *Academy of management annals*. 2014. №8 (1). Р. 397–441.

Maalaoui A., Le Loarne-Lemaire S., Razgallah M. Does knowledge management explain the poor growth of social enterprises? Key insights from a systematic literature review on knowledge management and social entrepreneurship. *Journal of knowledge management*. 2020. DOI: 10.1108/JKM-11-2019-0603.

Dacin M.T., Dacin P.A., Tracey P. Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions. *Organization science*. 2011. №22 (5). Р. 1203–1213.

Dacin P.A., Dacin M.T., Matear M. Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here. *Academy of management perspectives*. 2010. №24 (3). Р. 37–57.

Choi N., Majumdar S. Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of business venturing*. 2014. № 29 (3). Р. 363–376.

Drayton B. Social entrepreneurs don’t want to help. They want to change the world. THE FOCUS. vol. XII/2. 53-57. URL: https://www.egonzehnder.com/cdn/serve/article-pdf/1513691150-c700cbda2b13bb4b6440f602b8d23ef1.pdf (дата звернення: 19.10.2021).

Jill Kickul, Thomas S. Lyons. Understanding Social Entrepreneurship: The Relentless Pursuit of Mission in an Ever Changing World. United Kingdom: Routledge, 2016. 350 p.

1. Sengupta S., Sahay A., Croce F. Conceptualizing social entrepreneurship in the context of emerging economies: an integrative review of past research from BRIICS. *International entrepreneurship and management journal*. 2018. №14 (4), 771-803. DOI: 10.1007/s11365-017-0483-2 (дата звернення: 12.10.2021).

Moizer J., Tracey P. Strategy Making in Social Enterprise: The Role of Resource Allocation and Its Effects on Organizational Sustainability. *Systems research and behavioral science*. 2010. №27 (3). Р. 252–266.

1. Acs Z.J., Boardman M.C., McNeely C.L. The social value of productive entrepreneurship. *Small business economics*. 2013. №40 (3). Р. 785–796. DOI: 10.1007/s11187-011-9396-6 (дата звернення: 12.10.2021).
2. Choi E., Kim E., Kim I., Choi I. Attitude Toward Social Enterprises: A Comparison between For-Profit and Social Enterprise Employees. *Sustainability*. 2020. №12 (7). DOI: 10.3390/su12072720 (дата звернення: 12.10.2021).
3. Gandhi T., Raina R. Social entrepreneurship: the need, relevance, facets and constraints. *Journal of global entrepreneurship research*. 2018. №8 (1). DOI: 10.1186/s40497-018-0094-6 (дата звернення: 12.10.2021).

Gupta P., Chauhan S., Paul J., Jaiswal M.P. Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of business research*. 2020. №113. Р. 209–229.

Agustina T., Budiasih Y., Ariawan K. E., Gorovoy S. A. Role of social entrepreneurship in business management. *Journal of Critical Reviews*. 2020. № 7 (1). P. 257–262.

Keohane, Georgia Levenson Social Entrepreneurship for the 21st Century: Innovation Across the Nonprofit, Private, and Public Sectors, New York: mc Graw Hill, 2013. 263 р.

Sahasranamam S., Nandakumar M. K. Individual capital and social entrepreneurship: Role of formal institutions. *Journal of Business Research*. 2020. Vol. 107. P. 104–117. DOI: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.09.005.

Krocil O., Pospisil R. Comprehensive measurement of social enterprise impact. *Ekonomski pregled*. 2015. №69 (5). Р. 594–609.

Bagnoli L., Megali C. Measuring Value Creation in Social Enterprises: A Cluster Analysis of Social Impact Assessment Models. Nonprofit and voluntary sector quarterly. 2011. №44 (6). Р. 1173–1193.

Dahiya V.S. Social entrepreneurship as an antidote to state and market failure. *Economic and Political Weekly*. 2019. №54(51). Р. 562–567.

1. Battilana J., Lee M. Advancing Research on Hybrid Organizing – Insights from the Study of Social Enterprises. *The Academy of Management Annals*. 2014. №8(1). DOI: 10.1080/19416520.2014.893615 . (дата звернення: 12.10.2021).
2. Kochlami H., Davidsson P., Obschonka M., Yazdanfar D., Lundstrom A. The regional employment effects of new social firm entry. *Small business economics*. 2020. DOI: 10.1007/s11187-020-00345-9 (дата звернення: 12.10.2021).
3. Maseno M., Wanyoike C. Social Entrepreneurship as Mechanisms for Social Transformation and Social Impact in East Africa An Exploratory Case Study Perspective. *Journal of social entrepreneurship*. 2020. DOI: 10.1080/19420676.2020.1755348 (дата звернення: 12.10.2021).
4. Guo L.X., Liu C.F., Yain Y.S. Social Entrepreneur's Psychological Capital, Political Skills, Social Networks and New Venture Performance. *Frontiers in psychology*. 2020. №11. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.00925 (дата звернення: 12.10.2021).

Farinha L., Sebastião J. R., Sampaio C., Lopes J. Social innovation and social entrepreneurship: discovering origins, exploring current and future trends. *International Review on Public and Nonprofit Marketing.* 2020. №17 (1). Р. 77–96.

Roslan H., Hamid M., Ijab T., Bukhari S. Social entrepreneurship learning model in higher education using social network analysis. International Conference Computer Science and Engineering. Journal of Physics: Conference Series. 26–27 April 2019, Padang, Indonesia. 2019. № 1339 (1). DOI: https://doi.org/10.1088/1742-6596/1339/1/012029.

Cohen H., Kaspi-Baruch O., Katz H. The social entrepreneur puzzle: the background, personality and motivation of Israeli social entrepreneurs. *Journal of social entrepreneurship*. 2019. №10 (2). Р. 211–231.

1. Jeong S., Bailey J.M., Lee J., McLean G.N. It's not about me, it's about us: a narrative inquiry on living life as a social entrepreneur. *Social enterprise journal*. 2020. DOI: 10.1108/SEJ-05-2019-0030 (дата звернення: 12.10.2021).

Fernandez-Laviada A., Lopez-Gutierrez C., San-Martin P. The Moderating Effect of Countries' Development on the Characterization of the Social Entrepreneur: An Empirical Analysis with GEM Data. *Voluntas*. 2020. №31 (3). Р. 563–580.

1. Byungchae, Jin The Practical Intelligence of Social Entrepreneurs: Managing the Hybridity of Social Enterprises. Published Online: 2019-04-24. DOI: https://doi.org/10.1515/erj-2018-0007 (дата звернення: 12.10.2021).

Grimes M., Vogus T. J., McMullen J.S., Miller T.L. Studying the Origins of Social Entrepreneurship: Compassion and the Role of Embedded Agency. *The Academy of Management Review*. 2013. №38(3). Р. 460–463.

Datta P., Gailey R. Empowering Women Through Social Entrepreneurship: Case Study of a Women's Cooperative in India. *Entrepreneurship theory and practice*. 2012. № 36 (3). Р. 569–587.

Ferdousi F., Mahmud P. Role of social business in women entrepreneurship development in Bangladesh: perspectives from Nobin Udyokta projects of Grameen Telecom Trust. *Journal of global entrepreneurship research*. 2019. №9 (1). DOI: 10.1186/s40497-019-0184-0 (дата звернення: 24.09.2021).

Kerlin J.A. A Comparative Analysis of the Global Emergence of Social Enterprise. *Voluntas*. 2010. №21 (2). Р. 162–179.

Chell E., Nicolopoulou K. Karatas-Ozkan M., Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship and regional development*. 2020. № 22 (6). Р. 485–493.

Melkas H. Social Enterprise: A Study of Its Prevalence, Role and Characteristics in Swedish-Speaking Regions of Finland. *Tijdschrift voor economische en sociake geografie*. 2020. №111 (2). Р. 101–116.

Kolakovic M., Turuk M., Turcic I. Social Entrepreneurship: Strategic Development in Croatia. Zagreb international review of economics & business. 2018. №21 (2). Р. 129–143.

1. Liptrap J.S. The social enterprise company in Europe: policy and theory. *Journal of corporate law studies*. 2020. DOI: 10.1080/14735970.2020.1744409 (дата звернення: 12.10.2021).
2. Hojnik B.B., Crnogaj K. Social Impact, Innovations, and Market Activity of Social Enterprises: Comparison of European Countries. *Sustainability*. 2020. №12 (5). DOI: 10.3390/su12051915(дата звернення: 12.10.2021).

Lambooy, T., Anthoni, P., Argyrou, A. Aren't we all pursuing societal goals in our businesses? Defining "societal purpose" as pursued by social enterprises. *Sustainable development*. 2020. №28 (3). Р. 485–494.

Angulo-Ruiz F., Pergelova A., Dana L.P. The internationalization of social hybrid firms. *Journal of business research*. 2020. №113. Р. 266-278. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.10.017.

1. Bretos I., Diaz-Foncea M., Marcuello C. International Expansion of Social Enterprises as a Catalyst for Scaling up Social Impact across Borders. *Sustainability*. 2020. №12 (8). DOI: 10.3390/su12083262 (дата звернення: 12.10.2021).

Besley, T., Ghatak, M. Profit with Purpose? A Theory of Social Enterprise. *American economic journal-economic policy*. 2017. №9 (3). Р.19–58.

Canestrino R., Cwiklicki M., Magliocca P., Pawelek B. Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of business research*. 2020. №110. Р. 132-143.

William A. Schambra The Real Social Entrepreneurs. Manhattan Institute for Policy Research, New York City, 9 December 2010. URL: https://www8.gsb.columbia.edu/(дата звернення: 19.10.2021).

Monica N., Tricia B., Bent-Goodley, Gokul Mandayam Social Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Social Value Creation: Relevance for Contemporary Social Work Practice. Washington : NASW Press, 2019. 299 p.

Corner P.D., Kearins K. Scaling-up social enterprises. The effects of geographic context. *Journal of Management and Organization*. 2018. №1-19. Р. 267–272.

Pereverzieva A., Volkov V. Assessment method of social enterpreneurships nature and its development. *Management and entrepreneurship: trends of development*. 2020. №1 (11). Р. 113–131.

Pereverzieva A., Volkov V. Assessment and forecasting of favourable conditions for entrepreneurship development. *Baltic Journal of Economic Studies.* 2020. №6 (3). Р. 59–66.

Social Entrepreneurship: How to Become a Changemaker Through Business. URL: https://www.shopify.co.uk/blog/social-entrepreneurship (дата звернення: 06.10.2021).

Арапетян А., Архипчик О. Чисті прибутки соціального підприємництва. *Практика управління*. 2008. № 7. URL: http://www.svb.org.ua/publications/chisti-pributkisotsialnogo-pidpriemnitstva-0 (дата звернення: 20.09.2021).

Home Social Enterprise Typology Operational Models Fundamental Models. URL: http://www.4lenses.org/setypology/mim (дата звернення: 24.09.2021).

Кацюра О.В. Ефективні моделі соціального підприємництва. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2018. Вип. 80. С. 72-76

1. The best countries to be a social entrepreneur 2019. URL: http://poll2019.trust.org/ (дата звернення: 24.09.2021).
2. The best countries to be a social entrepreneur 2016. URL: http://poll2016.trust.org/ (дата звернення: 24.09.2021).

Галушка З. І. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2013. №148. С. 17–25.

Mulgan G., Tucker S., Ali R., Sanders B. Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated. Skoll Centre for Social Entrepreneurship. Skoll Centre Working Paper, 2007. URL: https://www.sbs.ox.ac.uk/sites/default/files/Skoll\_Centre/Docs/Social% (дата звернення: 25.09.2021).

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

Сотула Е. О Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки. *Ефективна економіка*. 2013. №4. URL: https://voxukraine.org/uk/sotsialne-pidpryemnytstvo-yak-neotsinenna-neobhidnist-dlya-ukrainy-ua/ (дата звернення: 05.10.2021).

Кірєєва О. Б. Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку. Пробл. упр. соц. та гуманіст. розв.: матеріали ІІІ регіон. наук.-практ. конф.; за заг. ред. В.Г. Вікторова. Д.: ДРІДУ НАДУ, 2009. С. 79–82.

Класифікація бізнес-середовища: системний підхід М.І. Мельник URL: http://ird.gov.ua/pe/re200802/re200802\_251\_MelnykMI.pdf (дата звернення: 08.10.2021).

Філіпенко А.С., Будкін В.С., Рогач О.І. Світова економіка, 2007. 640 с.

Establishing a business in South Korea URL: https://content.next.westlaw.com/05752387?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&\_\_lrTS=20190407082536032&firstPage=true&bhcp=1 (дата звернення: 12.10.2021).

1. The social enterprise sector : a conceptual framework / Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Local Economic and Employment Development Programme (LEED Programme). URL: http://www.oecd.org/regional/leed/37753595.pdf (дата звернення: 12.10.2021).
2. Global Report 2016/17 (2017). Global Entrepreneurship Monitor, 179 p. Retrieved from: https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=49812 (дата звернення: 12.10.2021).
3. 2019/2020 Global Report (2020). Global Entrepreneurship Monitor, 232 p. Retrieved from: https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443 (дата звернення: 12.10.2021).

Переверзєва А., Родрігес А. Міжнародні практики соціального підприємництва: досвід для України. Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тенденції та суперечності розвитку світової економіки та міжнародного бізнесу» в межах Міжнародного форуму EFBM’2021 «Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління» Зміни. Адаптація. Нова економіка / Changes. Adaptation. New economy. 28 вересня-01 жовтня 2021 року, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

1. Банк проблем та моделей соціальних підприємств для їх вирішення. Аналітичний звіт. 13.09.2018. 58 с. Веб-сайт. URL: https://d.facebook.com/civichuborg/?\_\_tn\_\_=%2Cg (дата звернення: 12.10.2021).

Прищак М. Д., Лесько О. Й. Психологія управління в організації. Вінниця: ВНТУ, 2016. 150 с.

1. The social enterprise sector : a conceptual framework / Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Local Economic and Employment Development Programme (LEED Programme). URL: http://www.oecd.org/regional/leed/37753595.pdf (дата звернення: 12.10.2021).

Korea 7th best country to be a social entrepreneur? Reflections from within the ecosystem URL: https://responsiblebusiness.co/korea-7th-best-country-to-be-a-social-entrepreneur-reflections-from-within-the-ecosystem-9bc3223bd64d (дата звернення: 21.10.2021).

Innovation Policies of South Korea Ida URL: https://ida-d-4984.pdf (дата звернення: 20.10.2021).

Social entrepreneurship in Korea an introduction URL: https://medium.com/@spanhuijsen/social-entrepreneurship-in-korea-an-introduction-797253bbc358 (дата звернення: 22.10.2021).

Офіційний сайт представництва уряду Республіки Корея URL: http://www.korea.net/ (дата звернення: 24.10.2021).

Innovative Platform 혁신성장 전략투자 방향 2018. 8. 13.pdf (дата звернення: 24.10.2021).

Проект Про схвалення Стратегії інноваційного розвитку України на період до 2030 року URL: innovatsiynogo-rozvitku-ukraini.pdf (дата звернення: 10.11.2021).

Анкета URL: https://docs.google.com/forms/d/1yUAvdE0ZnOgCl9K7FkiU3yUzIZ4N76LXEn543TAmTts/ (дата звернення: 11.11.2021).

Social Entrepreneurship As Seen By the Future Managers URL: https://www.ijsrm.in/index.php/ijsrm/article/view/2910/2202 (дата звернення: 12.11.2021).

ДОДАТКИ

**Додаток А**

**Рівень сприятливості країни до розвитку соціального підприємництва та чинники впливу**

Таблиця А.1 – Рівень сприятливості країни до розвитку соціального підприємництва та чинники впливу

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Країни за рейтингом** | **The best countries to be a social entrepreneur** | **Government policy supports social entrepreneurs** | **Attracting Skilled Staff** | **Public Understanding** | **Making a Living** | **Gaining Momentum** | **Access to Investment** |
| Y | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 |
| Canada | 0,7187 | 0,7292 | 0,6875 | 0,5625 | 0,7708 | 0,9583 | 0,6250 |
| Australia | 0,6450 | 0,6818 | 0,5000 | 0,5417 | 0,7708 | 0,8333 | 0,5455 |
| France | 0,6377 | 0,7083 | 0,6458 | 0,4375 | 0,6250 | 0,7917 | 0,5000 |
| Belgium | 0,6170 | 0,7000 | 0,4773 | 0,4773 | 0,6667 | 0,8409 | 0,6136 |
| Singapore | 0,5972 | 0,7708 | 0,2708 | 0,5000 | 0,5208 | 0,8125 | 0,5000 |
| Denmark | 0,5957 | 0,5455 | 0,8182 | 0,5417 | 0,4545 | 0,7708 | 0,3409 |
| Netherlands | 0,5896 | 0,5625 | 0,5417 | 0,3958 | 0,6250 | 0,7917 | 0,4773 |
| Finland | 0,5860 | 0,5833 | 0,7727 | 0,4375 | 0,7708 | 0,6875 | 0,3636 |
| Indonesia | 0,5758 | 0,5208 | 0,4583 | 0,4167 | 0,5625 | 0,9167 | 0,4091 |
| Chile | 0,5712 | 0,5417 | 0,5833 | 0,5833 | 0,4583 | 0,7917 | 0,4792 |
| Israel | 0,5702 | 0,6042 | 0,6458 | 0,4375 | 0,5000 | 0,8333 | 0,3409 |
| Unateg Arab Emirates | 0,5664 | 0,4375 | 0,6458 | 0,4375 | 0,5625 | 0,8125 | 0,3750 |
| Unated Kingdom | 0,5556 | 0,5625 | 0,6250 | 0,3542 | 0,6042 | 0,7727 | 0,3750 |
| Pakistan | 0,5543 | 0,3958 | 0,7083 | 0,5000 | 0,7708 | 0,7083 | 0,4091 |
| South Korea | 0,5533 | 0,7500 | 0,3864 | 0,4167 | 0,5000 | 0,6667 | 0,3750 |
| Sweden | 0,5459 | 0,6042 | 0,7045 | 0,3542 | 0,5625 | 0,7917 | 0,3182 |
| Switzerland | 0,5458 | 0,4583 | 0,6250 | 0,5208 | 0,4773 | 0,6667 | 0,2708 |
| Italy | 0,5401 | 0,4375 | 0,7083 | 0,6250 | 0,6042 | 0,6458 | 0,4091 |
| Hong Kong | 0,5398 | 0,5833 | 0,4375 | 0,4583 | 0,3125 | 0,7292 | 0,3636 |
| India | 0,5386 | 0,5000 | 0,5417 | 0,3750 | 0,5625 | 0,7917 | 0,4091 |
| Germany | 0,5294 | 0,3864 | 0,6667 | 0,4375 | 0,5625 | 0,8333 | 0,2955 |
| Philipinnes | 0,5284 | 0,4792 | 0,4773 | 0,3750 | 0,6607 | 0,6875 | 0,3958 |
| Russia | 0,5207 | 0,6750 | 0,3958 | 0,3958 | 0,6458 | 0,7292 | 0,3500 |
| Egypt | 0,5183 | 0,4545 | 0,5417 | 0,4167 | 0,5208 | 0,8409 | 0,3542 |
| Tailand | 0,5183 | 0,6458 | 0,4793 | 0,4167 | 0,5625 | 0,7292 | 0,3864 |

Продовження таблиці A.1

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Argentyna | 0,5107 | 0,5000 | 0,6818 | 0,3750 | 0,4792 | 0,7292 | 0,3636 |
| Austria | 0,5052 | 0,4583 | 0,5833 | 0,3125 | 0,4375 | 0,7500 | 0,2955 |
| Greece | 0,5039 | 0,5000 | 0,375 | 0,3125 | 0,425 | 0,6818 | 0,3542 |
| Nigeria | 0,5017 | 0,4167 | 0,5625 | 0,4167 | 0,4792 | 0,7500 | 0,3542 |
| Malaysia | 0,4940 | 0,5833 | 0,3636 | 0,3750 | 0,5000 | 0,7083 | 0,2727 |
| Spain | 0,4871 | 0,3750 | 0,6458 | 0,2920 | 0,4545 | 0,7500 | 0,3864 |
| Unated States | 0,4790 | 0,3750 | 0,5625 | 0,3958 | 0,6042 | 0,7045 | 0,2045 |
| Norway | 0,4774 | 0,5208 | 0,6042 | 0,2917 | 0,5417 | 0,7083 | 0,2727 |
| South Africa | 0,4770 | 0,2917 | 0,5417 | 0,3750 | 0,6042 | 0,8542 | 0,2708 |
| Poland | 0,4497 | 0,6667 | 0,3333 | 0,1875 | 0,5258 | 0,5833 | 0,2917 |
| Ireland | 0,4377 | 0,4375 | 0,5208 | 0,2083 | 0,5417 | 0,7708 | 0,2727 |
| China | 0,4375 | 0,4792 | 0,375 | 0,2708 | 0,4375 | 0,5625 | 0,4167 |
| Brazil | 0,4200 | 0,2273 | 0,5208 | 0,3333 | 0,4583 | 0,6875 | 0,275 |
| Colombia | 0,4171 | 0,2500 | 0,4167 | 0,3542 | 0,6042 | 0,7292 | 0,3182 |
| Venezuela | 0,4048 | 0,1458 | 0,4583 | 0,5625 | 0,3542 | 0,5625 | 0,1875 |
| Japan | 0,4039 | 0,3409 | 0,4318 | 0,3409 | 0,4545 | 0,6042 | 0,3182 |
| Turkey | 0,3813 | 0,1875 | 0,6250 | 0,2500 | 0,3958 | 0,7500 | 0,1591 |
| Mexico | 0,3643 | 0,1667 | 0,5000 | 0,2083 | 0,5417 | 0,5833 | 0,2708 |

Джерело: згруповано автором на основі [[66-67](http://poll2019.trust.org/)]

**Додаток Б**

**Анкета оцінки розвикту соціального підприємництва**

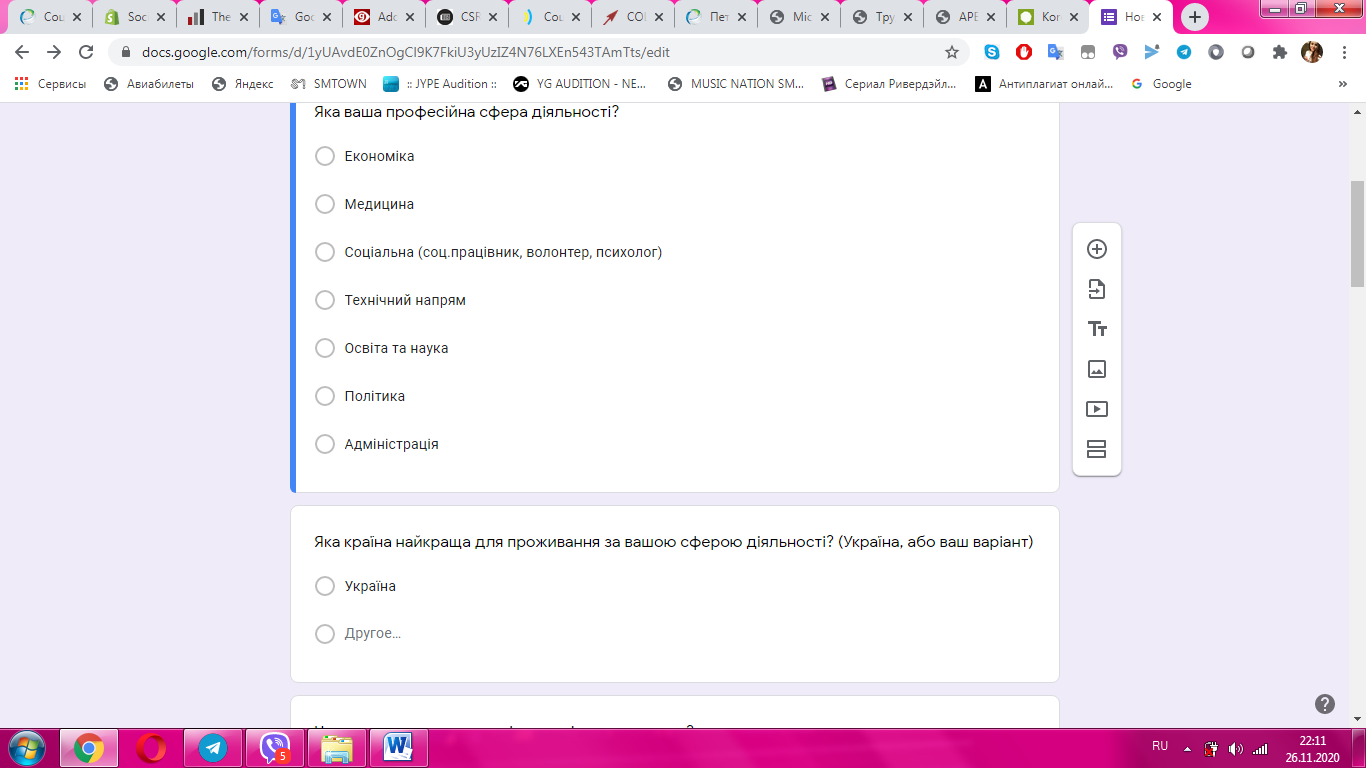


Рис. Б.1 – Питання 1 анкети

Джерело: складено автором на основі [[89](http://poll2019.trust.org/)]

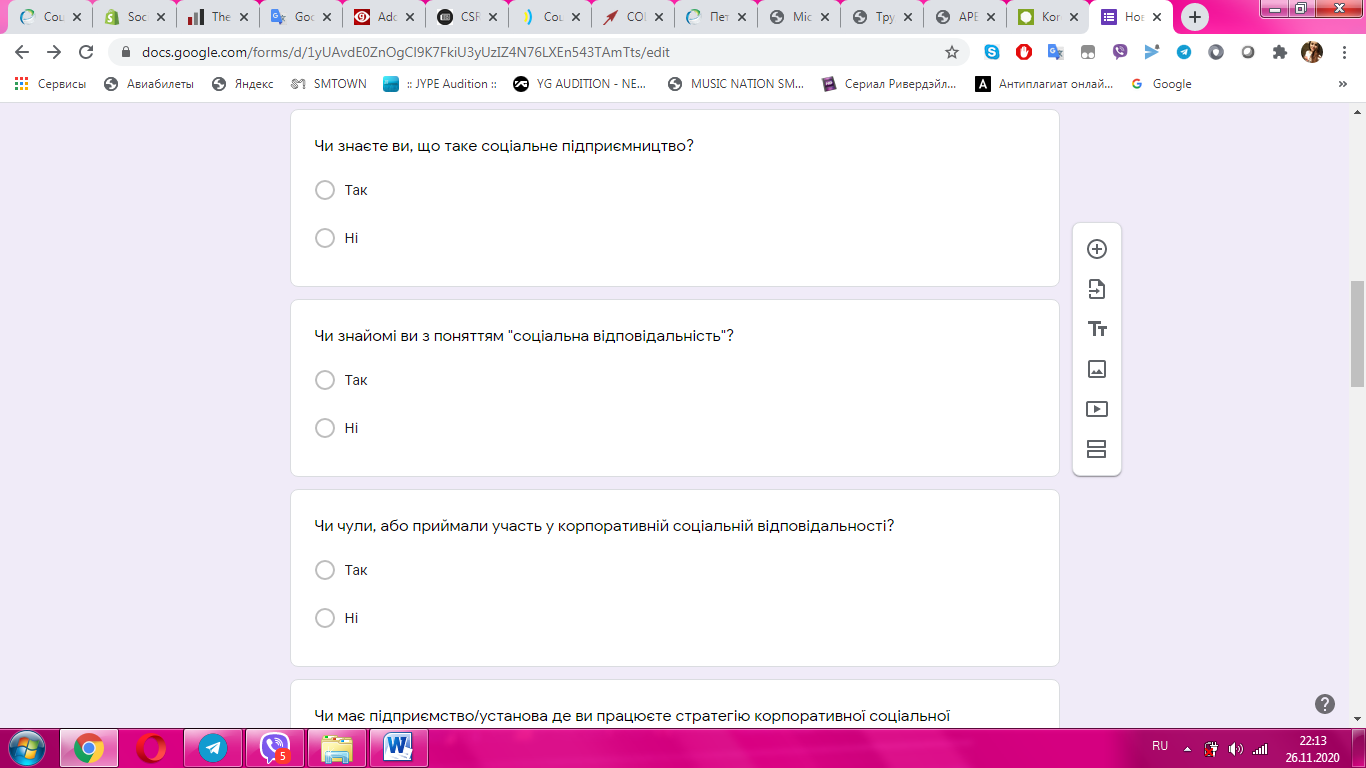


Рис. Б.2 – Питання 2 анкети

Джерело: складено автором на основі [[89](http://poll2019.trust.org/)]

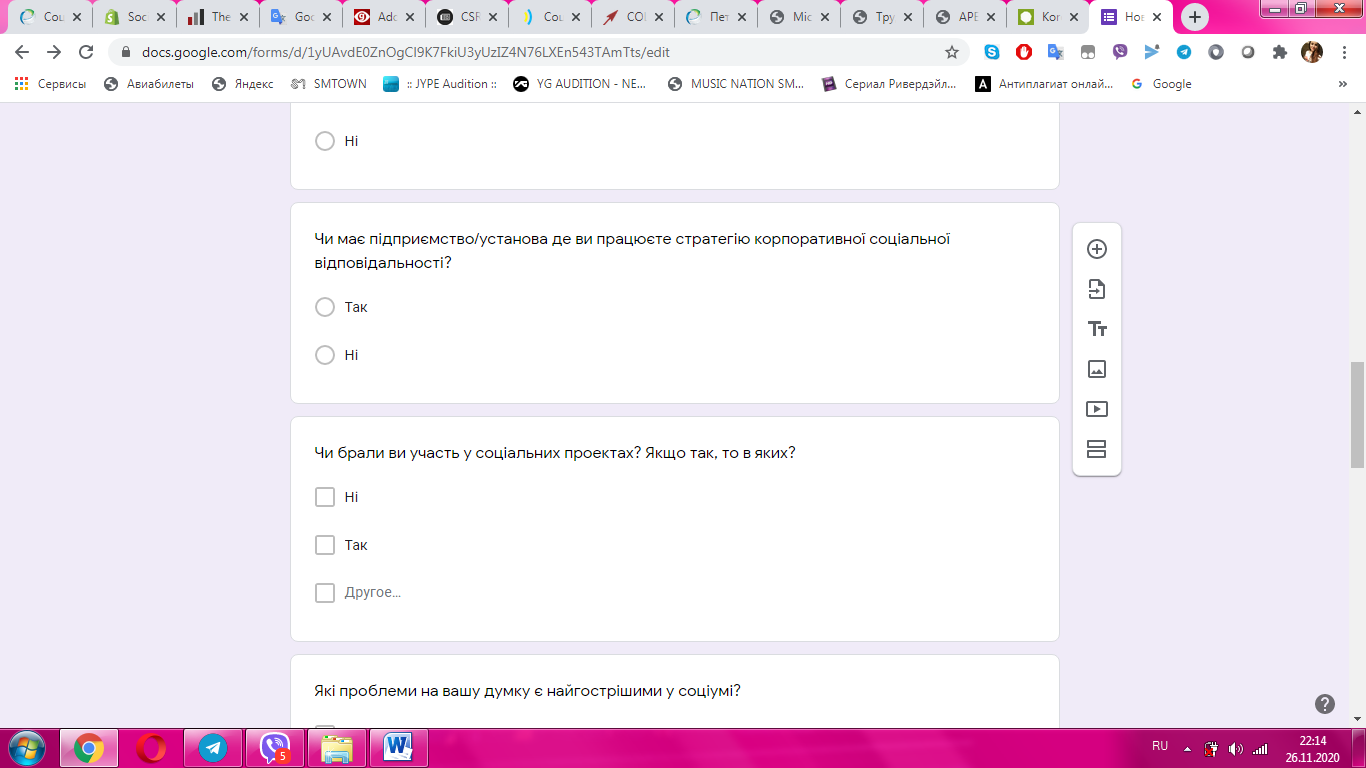


Рис. Б.3 – Питання 3 анкети

\*Джерело: складено автором на основі [[89](http://poll2019.trust.org/)]

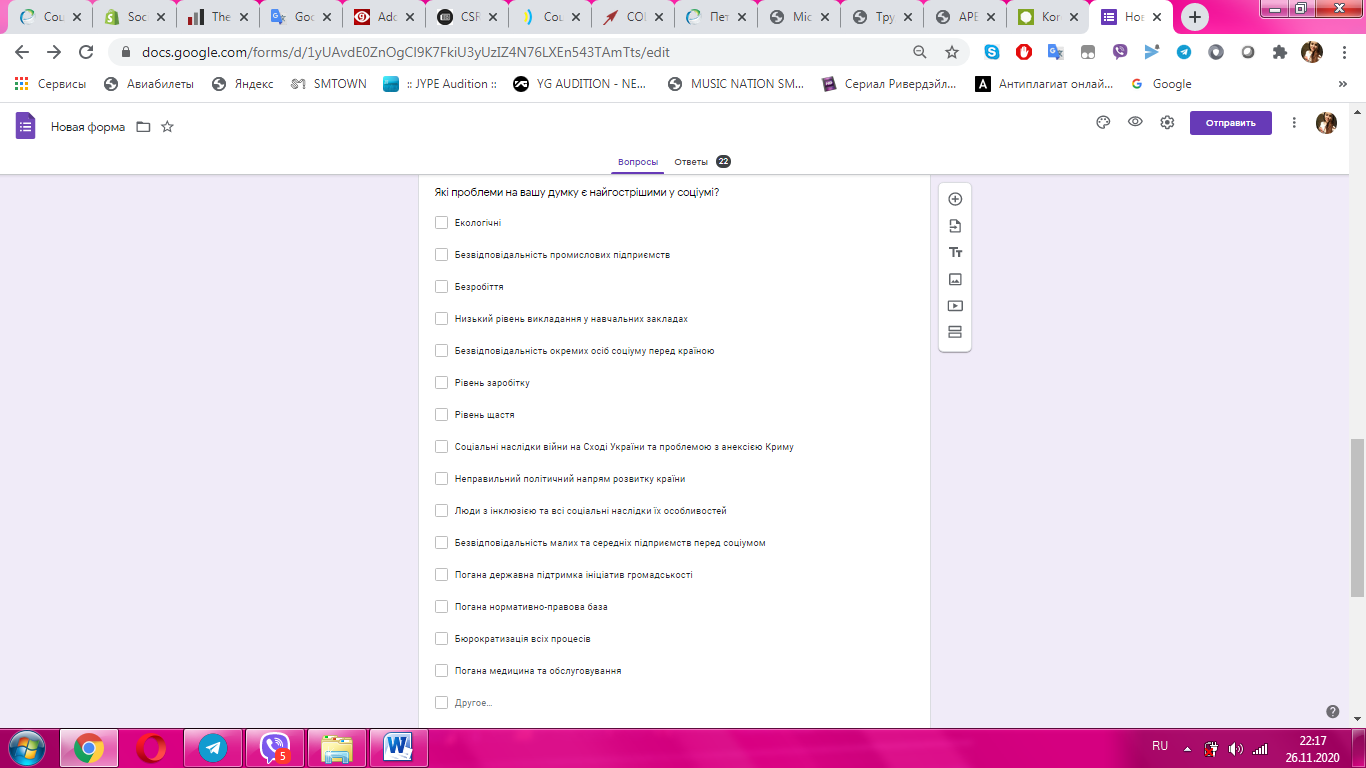


Рис. Б.4 – Питання 4 анкети

Джерело: складено автором на основі [[89](http://poll2019.trust.org/)]

**Додаток В**

**Декларація**

**академічної доброчесності**

**здобувача вищої освіти ЗНУ**

Я, Згурський Станіслав Андрійович, студент\_\_\_2\_\_\_курсу магістратури, форми навчання\_\_денна\_\_, факультету\_\_економічного\_\_,

спеціальності\_051 «Економіка», адреса електронної пошти truestasoz@gmail.com:

* підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Європейський досвід соціального підприємництва – орієнтири соціально-економічного розвитку України» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;
* заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
* згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям *академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою* Інтернет-системи, а також на архівування роботи в базі даних цієї системи.

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Підпис\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Згурський С.А.

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Підпис\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Переверзєва А.В.