

УДК 334(477)

DOI: 10.31651/2076-5843-2020-1-54-61

ЗАГРЕБЕЛЬНА Ірина Леонідівна

к.е.н.,

Полтавська державна аграрна академія,

м. Полтава, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8316-1656>

iruna.zagrebelsna@pdaa.edu.ua

СВІТЛИЧНА Алла Василівна

к.е.н., доцент,

Полтавська державна аграрна академія,

м. Полтава, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3674-5787>

alla.svitlychna@pdaa.edu.ua

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Визначено особливості соціального підприємництва та історичні аспекти його формування. Досліджено наукові підходи щодо сутності та характерних особливостей соціального підприємництва. Узагальнено основні характеристики видів діяльності зорієнтованих на соціальний результат, їх спільні та відмінні класифікаційні ознаки. Досліджено територіальні особливості розміщення соціальних підприємств в Україні та їх найпоширеніші організаційні форми діяльності. Визначено основні напрями діяльності соціальних підприємств, що зорієнтовані на вирішення певних соціальних проблем. Досліджено сучасний стан, основні проблеми та перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні.

Ключові слова: соціальне підприємництво, бізнес із соціальною місією, соціальна відповідальність, організаційні форми діяльності, реінвестування, соціальні проекти, соціальні цілі, економічний розвиток.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день спрямованість бізнес-структур лише на отримання прибутку будь-якими засобами втрачає свою актуальність. Адже відбувається процес формування нової ідеології ведення бізнесу, зокрема, врахування не лише економічної, а й соціальної складової. Розвиток соціального підприємництва в державі також впливає і на рівень розвитку економіки. Оскільки, здатність соціального підприємця акумулювати необхідні ресурси і розробляти інноваційні рішення, на основі виявлених прогалин на ринку, справляє довгостроковий позитивний вплив на економіку держави в цілому. Готовність підприємців до ризикових інвестиції дозволяє втілювати новаторські ідеї та масштабні проекти й одночасно вирішувати соціальні проблеми. При цьому критерієм будь-якого соціального підприємства є самоокупність і фінансова стійкість, що позитивно впливає на стратегічний розвиток країни.

Саме тому соціальне підприємництво займає особливе місце в сучасному суспільстві. Адже воно знаходиться на межі перетину традиційного бізнесу і благодійності, оскільки бере від благодійності соціальну спрямованість, а від бізнесу – підприємницькі принципи. Що проявляється в якісно новому підході до вирішення соціальних завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тематика соціального підприємництва є порівняно новою для вітчизняної науки, проте останнім часом спостерігається поживлення інтересу в дослідженні її основних аспектів. Зокрема, порівняльному аналізу визначень соціального підприємництва та соціальної відповідальності бізнесу присвячене дослідження Корнецького А.О. та Нагаївської Д.Ю. [1]. Автори визначають специфіку даних категорій, розглядають аспекти їх регулювання, формалізують спільні і відмінні риси для проведення подальших досліджень. Основні напрями корпоративної соціальної відповідальності, стан та результативність діяльності щодо забезпечення корпоративної соціальної відповідальності на прикладі ПАТ «Оболонь» аналізують Збарський В.К. та Оваденко В.А. [2].

Теоретичні та практичні аспекти соціального підприємництва в Україні та пріоритети

підвищення його значущості досліджував Шоля Р.І. [3]. Сутності понять соціального підприємництва і підприємства, а також аналізу існуючих моделей соціальних підприємств для визначення напрямів їх оптимізації та розвитку присвячена праця Яремко С. А., Кузьміна О.М. [4]. Правові ознаки соціального підприємства виокремлює Горелова Н.С. [5].

На сьогодні можна навіть пройти онлайн-курс «Соціальне підприємництво: дизайн мислення та невизначеності» [6], викладачі якого А. Корнецький та А. Туманова допоможуть не лише дізнатися про концепцію соціального підприємництва та механізми його роботи, а й отримати практичні навички щодо реалізації власного соціального бізнесу.

Проте, необхідність вирішення соціальних проблем в суспільстві зумовлює актуальність подальших досліджень.

Метою статті є обґрунтування сучасного стану та перспектив розвитку соціального підприємництва, визначення характерних ознак, притаманних соціальному підприємництву в Україні.

Викладення основного матеріалу дослідження. У сучасних економічних умовах набуло популярності явище соціального підприємництва у формі некомерційних, добровільних та благодійних організацій, яке є ефективним інструментом надання цільової соціальної допомоги соціально вразливим верствам населення та окремим особам, які опинилися у важких життєвих обставинах. Зростаюча динаміка поширення соціального підприємництва у світовій практиці, з одного боку, свідчить про потребу суспільства в допомозі бізнесу, а з іншого – визнання бізнесом своєї ролі в соціальному розвитку суспільства. Для прикладу, в Німеччині [7] налічується близько 100 тисяч соціальних підприємств, на яких працює більше 2,5 млн працівників, що в три рази більше ніж у автомобільній галузі, де задіяні близько 750 робітників.

Термін «соціальне підприємництво», який широко використовується в практиці соціально-економічного розвитку багатьох країн, досі не отримав однозначного тлумачення та консолідації. Виходячи з цього, є суттєві відмінності у застосуванні, підходах та принципах соціального підприємництва.

Представники підходу «Школа соціально орієнтованого бізнесу» К. Алтер, А. Ніколлз, Х. Хауг, М. Дуніам, Р. Еверсоул, О. Московская розглядають соціальне підприємство як бізнес-організацію, яка здійснює виробництво і реалізацію товарів, робіт та послуг з метою задоволення соціальних потреб. Представники «Школи заробленого доходу» розглядають соціальне підприємництво як неприбуткову організацію, яка збільшує питому вагу самофінансування в структурі джерел фінансування. «Школа соціальних інновацій» трактує соціальне підприємство як організацію, діяльність якої орієнтована на розробку та впровадження інновацій у соціальній сфері. Деяко з іншого погляду розглядає поняття соціальне підприємство Міжнародна дослідницька мережа «EMES», що трактує його як організацію, яка залучає кошти із зовнішніх джерел для здійснення неприбуткової діяльності (гранти, пожертви) і відповідає визначеним критеріям які поділенні на такі групи: економічні та підприємницькі; соціальні та колективного управління [8, с. 17]. Варто зауважити, що у світі досі не існує єдиного визначення даної категорії, але більшість із цих визначень говорить про бізнесові механізми вирішення соціальних проблем, створення громад та взаємодопомогу.

В Україні соціальне підприємництво ще знаходиться на стадії формування, що спричинено недостатньою обізнаністю населення щодо сутності, особливостей та характерних відмінностей соціального підприємництва від традиційного бізнесу та благодійних організацій зокрема (табл. 1). При цьому на сьогоднішній день в нашій країні немає закону, який регламентує соціальне підприємництво. Від 23.04.2015 р. був зареєстрований «Проект Закону про соціальні підприємства» [9], який відкликаний 29.08.2019 р. Відповідно до цього законопроекту соціальне підприємство трактується як «...суб'єкт господарювання, утворений юридичними та/або фізичними особами, пріоритетом діяльності якого є досягнення соціальних результатів, зокрема, у сфері охорони здоров'я, освіти, науки, культури, навколишнього середовища, надання соціальних послуг та підтримки соціально вразливих груп населення (безробітних, малозабезпечених, осіб похилого віку, осіб з інвалідністю та інших встановлених законодавством осіб)» [9].

Нами зроблена спроба (табл. 1) узагальнення основних характеристик видів діяльності, що мають на меті вирішення соціальних проблем, починаючи з традиційного бізнесу як комерційної структури, зорієнтованої передусім на максимізацію прибутку, і закінчуючи благодійністю, яка націлена виключно на соціальні цілі.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика діяльності, зорієнтованої на соціальний результат

Класифікаційна ознака	Традиційний бізнес	Бізнес із соціальною місією	Соціальне підприємництво	Благодійна діяльність
Тип структури	Комерційна структура		Соціально-орієнтована структура	
Цільова функція	Максимізація прибутку	Отримання прибутку та вирішення певних соціальних проблем	Пом'якшення або вирішення соціальних проблем	Вирішення соціальних проблем
Джерело доходів	Дохід від власної діяльності			Дохід від грантів та / пожертв
Рівень фінансової залежності	Не залежить від зовнішніх джерел фінансування			Залежить від зовнішніх джерел фінансування
Розподіл прибутку	Прибуток розподіляється між власниками та акціонерами	Прибуток розподіляється між власниками та частина направляється на соціальні цілі	Прибуток реінвестується	Прибуток відсутній

Джерело: авторська розробка

Соціальним підприємництвом можливо назвати діяльність будь-якого соціально-орієнтованого підприємства, що реалізує суспільно значимі соціальні проекти в рамках своєї стратегічної мети. Основними відмінностями соціального підприємництва і бізнесу із соціальною місією є те, що соціально-відповідальне підприємство має на меті отримання прибутку, а соціальне підприємство – вирішити соціальну проблему за допомогою отриманого прибутку. Соціальна відповідальність є добровільним зобов'язанням підприємства за свої рішення і діяльність, має визначений бюджет, проте він не є пропорційним до прибутку, як у соціальних підприємств, у яких чітко зазначений і зафіксований відсоток від прибутку, що йде на соціальну мету [7]. Більшість суб'єктів великотоварного підприємництва, на сьогодні, намагається підкреслити свою соціальну відповідальність. Можна навіть говорити про те, що останнім часом це стало трендом корпоративної культури. Однак, основною мотивацією в діяльності підприємства все одно залишається прибуток. Навіть, якщо підприємство витрачає досить значну частину свого прибутку на благодійність, все одно першочерговим завданням залишається отримання прибутку.

В умовах сьогодення все більше бізнес-структур в Україні надають певну допомогу внутрішньо переміщеним особам, Збройним силам України, медичним, освітнім закладам, однак це не є їх метою діяльності, а, швидше, певні моральні зобов'язання перед суспільством, у якому вони працюють.

Перші спроби впровадження соціального підприємництва в Україні були в 2000-х роках. Зокрема, лише з 2004 року словосполучення «соціальне підприємництво» увійшло до

українського лексикону після проведення серії тренінгів з експертами США щодо створення соціальних підприємств громадськими організаціями. За період з 2004 по 2007 роки програмою UCAN було підтримано грантами 28 проектів створення соціальних підприємств на території України. Також значний вклад у розвиток соціального підприємництва здійснила Британська рада в Україні за ініціативи якої було створено Консорціум «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні» в 2010 році. За підтримки Консорціуму британськими експертами було проведено серію тренінгів, створено ресурсні центри розвитку соціального підприємництва у регіонах України. Варто відмітити, що з кожним роком кількість заходів, які пов'язані з популяризацією і підтримкою соціального підприємництва в Україні збільшується.

Соціальне підприємництво розвинене по всій території України, однак найбільша їх кількість зосереджена саме у великих містах (рис. 1). Зокрема, в Києві і Київській області – 37 од., Львівській області – 17 од., Донецькій області – 10 од., Полтавській області – 9 од., Запорізькій області – 8 од. та Харківській області – 7 од.

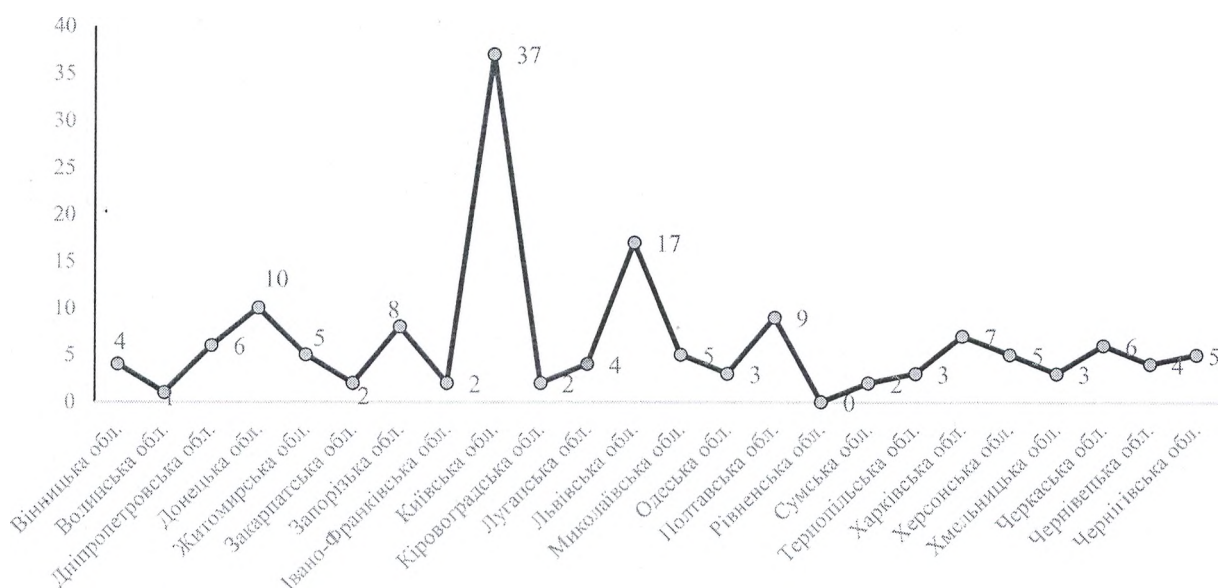


Рис. 1. Чисельність соціальних підприємств в Україні за областями, 2016-2017 рр.

Джерело: сформовано авторами за даними [10]

Оскільки термін «соціальне підприємство» офіційно не закріплений в нормативно-правовому полі, його діяльність регулюється існуючими законами щодо підприємств чи організацій відповідно до організаційної форми діяльності суб'єктів економіки, під якими вони зареєстровані. Згідно даних «Каталогу соціальних підприємств України 2016-2017 роки» [10] існуючі підприємства зареєстровані як фізичні особи-підприємці, приватні підприємства, громадські організації, товариства з обмеженою відповідальністю, сільськогосподарські кооперативи, підприємства громадського об'єднання, організації громадського об'єднання, благодійні організації, фермерські підприємства, громадські спілки та інші організаційно-правові форми (табл. 2). При цьому найчастіше це підприємства малого та середнього бізнесу, які охоплюють різні сфери діяльності та орієнтуються на регіональний ринок для вирішення певних локальних проблем.

За результатами проведеного аналізу можемо стверджувати, що найпоширеніша організаційна форма діяльності соціальних підприємств – фізичні особи-підприємці (38 од.) які в середньому 72 % коштів з прибутку направляють на реінвестування, а 15 % – на соціальні цілі. Досить поширеною організаційною формою є приватні підприємства (23 од.), які 61 % з прибутку направляли на реінвестиції та 28 % – на соціальні цілі. Варто відзначити, що за аналізований період найбільший відсоток з прибутку на реінвестиції були направлені фермерськими підприємствами та сільськогосподарськими кооперативами 97 % та 77 %

відповідно. При цьому цілком закономірним є той факт, що найбільший відсоток коштів з прибутку направлено на соціальні цілі громадськими організаціями та організаціями громадського об'єднання 45 % та 30 %.

Таблиця 2

Групування соціальних підприємств України за організаційними формами діяльності, 2016-2017 рр.

Організаційна форма діяльності	Кількість підприємств, од.	Розподіл прибутку, %	
		реінвестиції	соціальні цілі
Фізичні особи-підприємці	38	72	15
Приватні підприємства	23	61	28
Громадські організації	20	53	45
Сільськогосподарські кооперативи	15	77	22
Підприємства громадського об'єднання	15	74	21
Товариства з обмеженою відповідальністю	18	83	16
Організація громадського об'єднання	9	67	30
Благодійні організації	8	61	26
Фермерські підприємства	2	97	3
Інші організаційні форми	2	75	25

Джерело: розраховано авторами за даними [10]

Проведенні дослідження також свідчать, що 100 % прибутку найчастіше реінвестується соціальними підприємствами, які створені людьми з інвалідністю або соціально-вразливими категоріями людей задля самопомоги та працевлаштування, а також кооперативами, метою яких є підвищення якості життя громади. «Генератором прибутку», організації, які 100 % з прибутку виділяють на досягнення соціального ефекту, найчастіше виступають громадські організації та благодійні фонди, основна функція яких заробляти кошти на певні соціальні ініціативи. Щодо кількості працівників досліджуваних підприємств, то в переважній більшості працює до 10 осіб, при цьому також залучаються волонтери.

Вибір організаційно-правової форми діяльності залежати не лише від бізнес-моделі діяльності, яку обиратиме соціальний підприємець, а й від джерел фінансування та напрямів розподілу прибутку. Найбільш прийнятними організаційно-правовими формами для створення і діяльності соціального підприємства в світі є неприбуткові організаційно-правові форми (асоціації, фонди), корпорації, товариства з обмеженою відповідальністю та кооперативи. Досить часто соціальні підприємства створюються у неприбутковій організаційно-правовій формі для отримання гранту та започаткування підприємницької діяльності, а згодом реорганізуються в комерційну організаційно-правову форму господарювання [11].

Основними напрямками діяльності соціальних підприємств є вирішення певних соціальних проблем та працевлаштування соціально вразливих верств населення. Кожне соціальне підприємство самостійно визначає для себе соціальні цілі, на які будуть розподіляти свій прибуток. Загалом, це такі: благодійність (підтримка таких груп, як діти загиблих учасників бойових дій; учасники бойових дій; діти-сироти та діти, позбавлені батьківського піклування; випускники інтернатних закладів; малозабезпечені сім'ї; люди без постійного місця проживання; важкохворі діти; люди похилого віку; діти з затримкою у розвитку); підтримка закладів (утримання кризового центру для жінок; благоустрій міста; центр допомоги вагітним; притулок для тварин); підтримка проєктів (програма підтримки міських ініціатив через конкурс міських грантів; школа урбаністики; проєкт із розробки візуальної ідентичності міста; проєкт, який спрямований на розвиток мистецького середовища; проєкт розбудови спортивного середовища міста та популяризації активного способу життя; просування велосипедів як найбільш раціонального та екологічного міського транспорту).

У вітчизняному соціальному підприємстві є певні проблеми, що стримують його розвиток. Найбільш актуальною є відсутність нормативно-правової бази, що регулює діяльність соціальних підприємств, відсутність на державному рівні спеціальних фондів та державних програм для їх підтримки. Низька ефективність роботи інститутів громадянського суспільства, а фінансування соціальної сфери за залишковим принципом гальмує розвиток соціального

підприємства. Однак, з нашої точки зору, найголовнішою перешкодою розвитку соціального підприємства в Україні є низький рівень соціальної свідомості суспільства, необізнаність та незрозуміння з боку громадськості.

Висновки. Розвиток соціально підприємства в Україні має значні перспективи, адже відсутність достатньої кількості фінансових ресурсів в державі стимулює громади активізуватися та шукати інноваційні підходи до вирішення своїх проблем. Наявність значної кількості трудових ресурсів, зокрема, людей які мало задіяні в традиційному бізнесі (люди похилого віку, внутрішньо-переміщенні особи, люди з інвалідністю, національні меншини, багатодітні родини) та значна підтримка міжнародних фондів і організацій стимулює створення і розвиток соціального підприємства.

Першочергове завдання для розвитку соціального підприємства, на наш погляд, - повернути увагу громадськості та держави до соціальних проблем і можливостей їх вирішення. З допомогою засобів масової інформації та комунікацій варто активно проводити просвітницьку роботу у цьому руслі, формуючи соціально відповідальну свідомість в суспільстві. Підтримка соціальних підприємств на державному, регіональному та місцевому рівнях, розробка і прийняття спеціальних довгострокових програм їх розвитку здатні стати могутнім поштовхом у вирішенні численних соціальних проблем.

Вітчизняна практика функціонування соціальних підприємств наразі зумовила потребу у теоретичному обґрунтуванні основних принципів та галузевих особливостей їх діяльності, що може стати предметом подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Корнецький А.О, Нагаївська Д.Ю. Соціальне підприємство і соціальна відповідальність бізнесу: визначення, критерії та регулювання. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 204–208. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/46.pdf> (дата звернення 03.02.2020 р.)
2. Збарський В.К., Оваденко В.А. Особливості впровадження сучасних принципів корпоративної соціальної відповідальності на українських підприємствах. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки»*. 2019. №3. С.125-133. URL: <http://econom-ejournal.cdu.edu.ua/article/view/3548/3839> (дата звернення: 04.02.2020).
3. Шоля Р.І. Соціальне підприємство в Україні як тренд економічного розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 26(2). С. 121-125. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_26(2)_24) (дата звернення: 06.02.2020).
4. Яремко С.А., Кузьміна О.М. Інноваційні аспекти розвитку соціального підприємства в розвинутих країнах світу та в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 1. С. 214-221. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_1_41 (дата звернення: 20.01.2020).
5. Горелова Н.С. Щодо правових ознак соціального підприємства. *Правничий часопис Донецького університету*. 2018. № 1-2. С. 61-65. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pchdu_2018_1-2_10 (дата звернення: 07.02.2020).
6. Соціальне підприємство: дизайн мислення та невизначеності URL: <https://vumonline.ua/course/social-entrepreneurship/> (дата звернення 05.02.2020 р.)
7. Назарук В. Соціальне підприємство – новий тренд в Україні URL:<https://nv.ua/ukr/opinion/sotsialni-pidprijemstva-novij-trend-v-ukrajini-338577.html> (дата звернення 06.02.2020 р.)
8. Соціальне підприємство: від ідеї до суспільних змін: посібник / А.А Свинчук, А.О. Корнецький, М.А. Гончарова, В.Я. Назарук [та ін.]. Київ, 2017. 188 с.
9. Проект Закону «Про соціальні підприємства» № 2710 від 23.04.2015 р. *Верховна Рада України* URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=54903 (дата звернення: 31.01.2020).
10. Каталог соціальних підприємств України 2016-2017 роки. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 300 с. URL:https://drive.google.com/file/d/1511NaCLown_ZVph-lAgeZpk3Esp79sicw/view (дата звернення: 16.01.2020).
11. Соціальне підприємство: посібник для викладачів курсу / за наук. редакцією к.е.н. А.О. Корнецького. Київ: Фамільна друкарня Huss, 2019. 160 с.

References

1. Kornetskyi A.O., Nahaivska D.Yu. (2016) Social entrepreneurship and corporate social responsibility: definition, criteria and regulation. *Prychornomorski ekonomichni studii [Black sea region economic studios]*, 11, 204–208. Retrieved from: <http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/46.pdf> (Accessed: 03.02.2020 p.)
2. Zbarskyi V.K., Ovadenko V.A. (2019) Features of introduction of modern principles of corporate social responsibility are on the Ukrainian enterprises. *Visnyk Cherkaskoho natsionalnoho universytetu imeni Bohdana Khmelnytskoho. Seriya «Ekonomichni nauky»* [Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University. Series «Economic Sciences»], 3, 125-133. Retrieved from: <http://econom-ejournal.cdu.edu.ua/article/view/3548/3839> (Accessed: 04.02.2020)
3. Sholia R.I. (2019) Social enterprise in Ukraine as a trend of economic development. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. [Scientific announcer of the Uzhhorod national university. Series: the International economic relations and world economy], 26(2), 121-125. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumeveg_2019_26\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumeveg_2019_26(2)_24) (Accessed: 06.02.2020)
4. Yaremko S.A., Kuzmina O.M. (2019) Innovative aspects of development of social enterprise in the developed countries of the world and in Ukraine. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky* [Announcer of the Khmelnytsk national university. Economic sciences], 1, 214-221. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_1_41 (Accessed: 20.01.2020)
5. Horelova N.S. (2018) In relation to the legal signs of social enterprise. *Pravnychy chasopys Donetskoho universytetu* [Legislative magazine of the Donetsk university], 1-2, 61-65. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pchdu_2018_1-2_10 (Accessed: 07.02.2020)
6. Social enterprise: design of thinking and vagueness (2017) Retrieved from: <https://vumonline.ua/course/social-entrepreneurship/> (Accessed: 05.02.2020 p.)
7. Nazaruk V. (2016) Social entrepreneurship is a new trend in Ukraine. Retrieved from: <https://ny.ua/ukr/opinion/sotsialni-pidprijemstva-novij-trend-v-ukrajini-338577.html> (Accessed: 06.02.2020 p.)
8. Svinchuk A.A., Kornetskyi A.O., Honcharova M.A., Nazaruk V.Ia. et al. (2017). *Social entrepreneurship: from idea to social change: manual*, Kyiv, 188 (in. Ukr.)
9. Project of Law «On social enterprises» № 2710 (2015, April 23). *Verkhovna Rada Ukrainy*. Retrieved from: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=54903 (Accessed: 31.01.2020)
10. *Directory of social enterprises of Ukraine 2016-2017* (2017). Kiev: Kyiv Mohyla Academy Publishing House, 300, URL:<https://drive.google.com/file/d/1511NaCI.ownZVph-lAgeZpk3Esp79siew/view> (Accessed: 16.01.2020)
11. Kornetskyi A.O. (Ed.). (2019). *Social enterprise: manual for the teachers of course*. Kyiv: the Familial printing-house of Huss, 160 (in. Ukr.)

ZAIIREBELNA Iryna

PhD in Econ.,

Assistant professor of the Department of Economics and International Economic Relations, Poltava State Agrarian Academy, Poltava, Ukraine

SVITLYCHNA Alla

PhD in Econ., Associate Professor, Assistant professor of the Department of Entrepreneurship and Law, Poltava State Agrarian Academy, Poltava, Ukraine

DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

Introduction. Nowadays, the focus of business structures on profit by any means loses its relevance. After all, there is a process of formation of a new ideology of entrepreneurial activity, based not only on the economic but also the social component. The development of social entrepreneurship in the country also affects the level of economic development. Entrepreneurs' willingness to take risky investments enables them to embody innovative ideas and large projects while simultaneously solving social problems. At the same time, the

criterion of any social enterprise is self-sufficiency and financial stability, which positively influences the strategic development of the country.

Purpose. *The purpose of the article is to substantiate the current state and prospects of the development of social entrepreneurship, to identify the characteristic features inherent in social entrepreneurship in Ukraine.*

Results. *It is stated that there is no one approach to the definition and principles of functioning of social entrepreneurship either in Europe or in Ukraine in particular. The phrase "social entrepreneurship" has entered the Ukrainian vocabulary only since 2004 after conducting a series of trainings with US experts on formation social enterprises by public organizations.*

It is determined that the goal of social entrepreneurship is to solve social problems, and business with a social mission, first of all - to make a profit, and only then - to solve certain social problems.

The territorial peculiarities of placement of social enterprises in Ukraine are investigated, and it is determined that the largest number of them is concentrated in large cities and in Kyiv and Lviv region, and the most widespread organizational form of activity of social enterprises is sole proprietors, who spend, on average, 72% of funds from profit for reinvestment, and 15% for social purposes. The largest percentage of the proceeds is spent on social goals by NGOs and private association organizations (45% and 30%, respectively).

Originality. *It has been summarized the main characteristics of activities aimed at solving social problems, starting with traditional business as a commercial structure, focused primarily on profit maximization, and ending with charity, which is focused purely on social goals. It has been united the classification features that distinguish social entrepreneurship and business with a social mission, unlike existing approaches, clearly distinguish their common features (income from own activity, independence from external sources of funding) and different (type of structure, objective function, distribution of profits).*

The research of organizational forms of activity of social enterprises of Ukraine, in particular, their peculiarities of distribution of profits has been further developed.

Conclusion. *The development of social entrepreneurship in Ukraine has significant prospects, as the lack of sufficient financial resources in the country encourages communities to step up and find innovative approaches to solving their problems. The availability of a large number of labor resources, in particular, people with little involvement in traditional business (older people, internally displaced persons, people with disabilities, national minorities, large families) and significant support from international foundations and organizations encourages the creation and development of social entrepreneurship.*

In our view, the primary task for the development of social entrepreneurship in Ukraine is to draw the attention of the public and the state to social problems and opportunities for solving them. With the help of the mass media and communications it is necessary to actively carry out educational work in this direction, forming a socially responsible consciousness in the society. Supporting social enterprises at the state, regional and local levels, developing and adopting specific long-term programs for their development can be a powerful impetus for solving numerous social problems.

Keywords: *social entrepreneurship, business with social mission, social responsibility, organizational forms of activity, reinvestment, social projects, social goals, economic development.*

*Одержано редакцією: 14.01.2020
Прийнято до публікації: 15.03.2020*