

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-44>

УДК 334.72:364

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

ECONOMIC CONTENT AND HISTORY OF DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Сабецька Тетяна Ігорівна

кандидат економічних наук,

Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту

Західноукраїнського національного університету

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5742-2595>**Sabetska Tetyana**Ivano-Frankivsk Educational and Scientific Institute of Management
of West Ukrainian National University

Стаття присвячена дослідженню економічної сутності поняття «соціальне підприємництво», а також вивченню особливостей зародження, становлення та історичного розвитку соціального підприємництва. Зазначено, що соціальне підприємництво є інструментом, здатним працювати на досягнення соціальних цілей та нівелювати диспропорції в суспільному розподілі капіталу. У статті проаналізовано історію виникнення та подальшого розвитку соціального підприємництва. Досліджено природу та розкрито економічний зміст поняття «соціальне підприємництво». Акцентована увага на вивченні існуючих наукових підходів до трактування категорії «соціальне підприємництво», аналізі особливостей та відмінностей кожного з них. Визначено основні критерії, що дозволяють ідентифікувати соціальне підприємництво та продемонструвати його відмінності від традиційного бізнесу, державної соціальної політики та благодійної діяльності громадських організацій. Сформовано підхід до визначення соціального підприємництва як специфічного виду економічної діяльності, що поєднує в собі отримання прибутку з реальною спрямованістю на вирішення актуальних соціальних проблем.

Ключові слова: підприємництво, соціальне підприємництво, соціальний бізнес, соціальне підприємство, бізнес-модель.

The article is devoted to the study of the economic essence of the concept of "social entrepreneurship", as well as to the study of the features of the origin, formation and historical development of social entrepreneurship in the conditions of internationalization and globalization of the world market. It is noted that despite the significant progress of the economic development of most countries of the world, there are significant disparities in the sphere of livelihood and social welfare of various categories of citizens. Social entrepreneurship is a tool capable of working towards achieving social goals and leveling disparities in the social distribution of capital. The following research methods were used in the work on the article: analysis and synthesis, comparison – to compare different scientific approaches to understanding the concept of social entrepreneurship; the method of theoretical generalization – for substantiating the peculiarities and characteristic features of social entrepreneurship, as well as other methods. The article analyzes the history of the emergence and further development of social entrepreneurship. The nature and economic meaning of the concept of "social entrepreneurship" has been explored. Attention is focused on the study of existing scientific approaches to the interpretation of the category "social entrepreneurship", the analysis of the features and differences of each of them. The main criteria for identifying social entrepreneurship and demonstrating its differences from traditional business, state social policy and charitable activities of public organizations have been determined. The position towards the understanding of social entrepreneurship as a specific activity located at the intersection of three sectors of the national economy, namely the sphere of activity of state structures, business and non-profit public organizations (the so-called "third sector") is considered. The practical significance of the results of scientific research consists in the systematization and generalization of existing positions regarding the understanding of social entrepreneurship and the formation of an author's approach to the definition of social entrepreneurship as a specific type of economic activity that combines profit-making with a real focus on solving current social problems. It was concluded that our country, despite the extremely difficult circumstances of today, has good prospects for the development of social entrepreneurship in the near future.

Keywords: entrepreneurship, social entrepreneurship, social business, social enterprise, business model.

Постановка проблеми. Незважаючи на високі темпи економічного розвитку багатьох країн світу та зростання рівня життя й добробуту громадян, невирішеними залишаються багато соціально-економічних проблем. Навіть у розвинених державах спостерігаються певні дисбаланси в економічному розвитку, існують диспропорції соціального характеру, залишаються окремі категорії громадян, яких можна вважати соціально вразливими. З огляду на це представники державної влади, громадські організації та бізнес-спільноти змушені постійно шукати сучасні інноваційні підходи до вирішення означених проблем. На сьогоднішній день комерціалізація у соціальній сфері є загальносвітовим трендом, який демонструє позитивні результати в багатьох країнах завдяки фінансовій стійкості та незалежності, а також високому соціальному ефекту.

В сучасній світовій спільноті на перетині класичного підприємництва, державного управління та діяльності громадського сектору сформувалася нова бізнес-модель, яка дістала назву «соціальне підприємство». В основі зародження й подальшого розвитку цієї моделі стоїть особлива категорія бізнесменів – соціальних підприємців, які метою власного бізнесу визначили не отримання максимального прибутку, а першочергове задоволення суспільних потреб.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблематика соціального підприємництва породжує особливий інтерес вітчизняних та зарубіжних науковців, представників бізнесової спільноти, державних діячів. Серед них – Кіреєва О. Б. [1], Косович Б. [2], Лункіна Т., Іваненко Г. [3], Матвієнко-Біляєва Г.Л. [4], Назарук В. Я. [5], Наумова Н. О. [6], Сотула О. В. [7], Свинчук А. А., Корнецький А. О., Гончарова М. А., Гусак Н. Є., Туманова А. А. [8], Спреклі Ф. [10], Дефорні Дж., Ніссенс М. [11], Діс Дж. [12] та інші автори.

Багато наукових робіт присвячено вивченню історії становлення й розвитку феномена соціального підприємництва в Україні та світі, дослідженню різноманітних підходів до визначення категорії «соціальне підприємство», опису успішних прикладів соціального бізнесу, а також вивченню його ролі в соціально-економічному житті держави та суспільства. Звісно, окремі аспекти соціального підприємництва залишаються дискусійними, деякі моменти належним чином не обґрунтовані, певні проблемні питання недостатньо висвітлені, розкриті поверхнево, а

тому потребують подальших наукових пошуків та розробок як на теоретичному, так і на практичному рівнях.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз наукових джерел свідчить про те, що в економічному співтоваристві досі не сформувався однозначний підхід до розуміння соціального підприємництва. Наразі даний термін використовуються в доволі широкому сенсі, часто ним позначають суперечливі та неоднозначні поняття. Зокрема, окремі автори асоціюють соціальне підприємство з неприбутковими організаціями, які мають на меті реалізацію соціальних проектів. Інші дослідники використовують термін «соціальне підприємство» для означення бізнесу, який функціонує на засадах корпоративної соціальної відповідальності. Зважаючи на різноманітність та неоднозначність підходів до розуміння соціального підприємництва, необхідним є вироблення більш чіткого визначення економічного змісту даної категорії.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз феномену та дослідження історичних аспектів розвитку соціального підприємництва, а також розкриття сутності та вироблення підходу до визначення економічного змісту категорії «соціальне підприємство».

Виклад основного матеріалу дослідження. Зародження й розвиток соціального підприємництва стало своєрідною альтернативою традиційній системі економічних відносин, при яких відбувається максимізація прибутку та накопичення капіталу приватним бізнесом. Поєднуючи в собі соціальну справедливість, демократію та відповідальність з прагненням отримання економічної вигоди, соціальне підприємство стало сучасним зразком бізнесу XXI століття, в якому збережені усі концептуальні засади ринкової економіки та орієнтованість на вирішення актуальних соціальних проблем.

На думку Ф. Спреклі, перші прояви соціального підприємництва пов'язані з ранніми періодами соціальної боротьби громадян за свої громадянські та економічні права. Зокрема, ще в XVII ст. у Великобританії організовувалися групи людей, так звані «копачі» (the Diggers), які займалися спільним обробітком землі й організовували свою економічну діяльність за принципом «одна людина – одне право голосу» на основі рівного і справедливого розподілу багатства, що стало першим практичним проявом ідеї інтеграції соціальної та економічної діяльності. Також

до першоджерел соціального підприємництва можна віднести наукові праці голландського вченого Пітера Корнеліуса, який ще в 1659 р. у книзі «Запропонований Шлях» обґрунтував засади організації виробництва таким чином, щоб воно було демократично й соціально орієнтованим, зокрема заявив про необхідність запровадження спільної власності на землю, а також деякі види комерційної діяльності [10, с. 2].

Ще одним проявом соціального підприємництва стали кооперативні форми організації бізнесу. Так, у 1830 р. мельниками, які втралили роботу, було відновлено діяльність старого млину в містечку Халл. Їхню економічну активність без сумніву можна віднести до соціальної, адже вона не була прибутковою, а головним завданням підприємців стало виготовлення борошна для власних сімей та інших родин громади, які потребували харчів.

Велика кількість сучасних концепцій соціального добробуту бере початок від ідеї кооперативних спілок Великобританії XVIII ст. Значну роль у їх становлення відіграв британський науковець Роберт Оуен, який працював над розробкою альтернативних способів організації суспільно-економічного життя. Закликаючи робітників створювати так звані об'єднання виробників зі спільною власністю на засоби виробництва, Р. Оуен всіляко підтримував ідею розвитку кооперативів, адже сприймав їх як соціальні підприємства, що насамперед працюють для громади й поєднують у собі соціальні цінності та комерційні засади. Результатом діяльності Р. Оуена стало створення кооперативних спілок та магазинів, заснування «Обміну роботою» («Labour exchanges»), що заклало засади подальшого розвитку концепції соціалізму.

Сучасна концепція соціального підприємництва була сформульована в 1978 р. у британському коледжі Бічвуд у Йоркширі. Тогочасне соціальне підприємство володіло рисами кооперативного підприємництва, а також бізнесу, заснованого на спільній власності, коли кожен його учасник володіє однією акцією і має один голос у управлінні підприємством. Після інкорпорації так званого «Triple Bottom Line», підприємство вважає себе відповідальним не тільки за фінансову незалежність, а й за продукування суспільного багатства й екологічну безпеку.

Цікаво, що в скандинавських країнах, які традиційно забезпечують високий рівень соціального захисту населення, соціальні підприємства, як правило, не брали активної участі

у вирішенні проблем безробіття, а здійснювали свою діяльність здебільшого в галузі відпочинку та культури. Також у країнах Скандинавії активно розвивався кооперативний рух, що мало прояв у створенні робочих та сільськогосподарських кооперативів.

Для країн Південної Європи, таких як Іспанія, Італія, Португалія, характерною є менша питома вага соціальних витрат в структурі бюджетних видатків, порівняно з іншими європейськими країнами. У зв'язку з цим тут функціонує небагато неприбуткових організацій, проте історично в цих країнах сформувалися сильні кооперативні традиції, які заклали міцний фундамент для активного розвитку соціального підприємництва й окреслення їх юридичного статусу. Зокрема, перший законодавчий документ, який регламентує діяльність соціальних підприємств, – «Закон про соціальні кооперативи» був прийнятий саме в Італії ще у 1991 р. [11].

Статистичні дані переконливо демонструють активний глобальний розвиток соціального підприємництва, яке за деякими прогнозами в найближчій перспективі буде тільки зростати. Зокрема, у Великобританії у 2019 р. налічувалося близько 471 тис. соціальних підприємств, на яких були працевлаштовані біля 1,44 млн осіб, а їхні внесок у ВВП країни оцінюється у 3% [9, с. 4]. У Франції налічується більш як 96 тис. соціальних підприємств, на яких працює приблизно 1,1 млн працівників. Щодо Австралії, то тут протягом останніх 5 років активність соціального бізнесу зросла на 37% і станом на 2020 р. в державі налічується орієнтовно 20 тис. соціальних підприємств. Як свідчать результати опитування, проведеного Thomson Reuters Foundation спільно з Deutsche Bank CSR Made For Good, найкращими країнами для найбільш комфортного ведення соціального бізнесу у 2019 р. були визнані Канада, Австралія, Франція, Бельгія та Сінгапур [9, с. 4].

Соціальне підприємство як соціально-економічне явище стало предметом наукових досліджень відносно недавно, у 90-х рр. XX ст., проте до сьогодні в науковій спільноті немає єдиного підходу до його визначення. У світі сформувалися різні позиції в контексті розуміння суті та призначення соціального підприємництва. Зокрема, найбільш поширений підхід до трактування соціального підприємництва, що побутує в США, вдало проілюстровано у визначенні Social Enterprise Alliance: «соціальне підприємство – діяльність НПО (неприбуткової організації), що

використовує бізнес-стратегії або засновує підприємство задля отримання доходу та направляє його на підтримку соціальної місії» [4, с. 392].

Науковці багатьох країн Південної Америки схиляються до розуміння соціального підприємництва як економічної діяльності некомерційних організацій, що мають на меті розв'язання соціальних проблем. А в Європі, насамперед у Великій Британії, соціальним підприємництвом прийнято вважати бізнес із чітко вираженою соціальною метою. Соціальним підприємництвом тут вважають «діяльність комунальних підприємств, кредитних спілок, товариств, власниками яких є працюючі там робітники, кооперативи, фонди розвитку, соціальні компанії, житлові кооперативи та благодійні організації» [4, с. 392].

Часто соціальне підприємництво ототожнюють з еволюцією і навіть з революцією бізнесу, оскільки воно створює можливості для неприбуткових організацій самостійно забезпечувати себе фінансовими ресурсами. Разом з тим соціальне підприємство може й повинно бути прибутковим, проте на відміну від традиційного бізнесу розподіл прибутку відбувається за дещо іншими пріоритетами. Першочерговою й головною метою соціального підприємництва є вирішення соціальних проблем, допомога суспільству й створення соціальних цінностей, звісно із використанням сучасних ефективних бізнес-моделей. Так, Кіреєва О.Б. вважає, що соціальне підприємництво – «це бізнес із передусім соціальними цілями, чий надлишок радше реінвестується на досягнення цих цілей або безпосередньо в громаду, а не здобувається задля максимізації прибутку акціонерів або власників» [1].

Також широко використовується в економічній літературі визначення соціального підприємництва, що належить Грегору Дізу. Вчений виокремлює п'ять факторів, які визначають зміст соціального підприємництва:

- 1) «прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності;
- 2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії;
- 3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації і навчання;
- 4) рішучість дій, не обмежена розташованими ресурсами;
- 5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством» [12].

На думку Сотула О. В., соціальне підприємство – це «заснована на самоокупній основі господарська діяльність з виробництва соціально значущого продукту або послуги із застосуванням інноваційних рішень, які перетворюють на користь суспільства саму послугу та/або механізми її економічної реалізації. Кінцева мета такої діяльності – не отримання прибутку, а виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми» [7].

Аналіз літературних джерел дає змогу виокремити чотири головні підходи до визначення поняття «соціальне підприємництво»:

1. Широкий підхід, прихильниками якого є Е. Шоу, Дж. Віраварден, Г. Морт, А. Фуллер та інші. За цим підходом під соціальним підприємництвом слід розуміти економічну діяльність, яка має соціальний ефект і в підсумку передбачає досягнення соціальної мети. Таким чином соціальним підприємництвом вважається:

- діяльність державних соціальних організацій;
- діяльність традиційних бізнес-суб'єктів, що має соціальну складову;
- діяльність недержавних неприбуткових організацій.

2. Комбінований або так званий комерційно-соціальний підхід, представниками якого є А. Макміллан, Дж. Робінсон, Я. Роголін та інші. В даному випадку соціальним підприємництвом вважається діяльність, яка орієнтована не тільки на досягнення соціальних цілей, але й має на меті отримання певних комерційних результатів. На відміну від широкого підходу, тут соціальне підприємництво є значно вужчою сферою діяльності, так як передбачає обов'язкову наявність бізнес-складової.

3. Інноваційний підхід, до прихильників якого належать Дж. Мейр, Е. Нобоа, Е. Остін, Дж. Вей-Скіллерн, Х. Стівенсон, Ф. Перріні, С. Вурро та інші. В рамках даного підходу особлива увага акцентована на інноваційній складовій підприємницької діяльності, а також на застосуванні інноваційних підходів при розв'язанні соціальних проблем. На відміну від попередніх комбінованого та широкого підходів, інноваційний підхід значно обмежує сферу реалізації соціального підприємництва, оскільки далеко не всі підприємства традиційного бізнесу, а тим більше неприбуткові організації й державні установи використовують інновації у своїй діяльності.

4. Проблемно-орієнтований підхід, до представників якого належать К. Лідбітер, Фонд Шваба (Schwab Foundation) та інші. Згідно з цим підходом під соціальним підприємництвом слід розуміти такі види соціальної діяльності, результати якої орієнтовані на конкретну соціально вразливу групу або ж актуальну соціальну проблему (наприклад, вирішення проблем людей з інвалідністю, осіб з алкогольною чи наркозалежністю, безхатченків тощо). Проблемно-орієнтований підхід за своїм змістом близький до широкого підходу і може розглядатися як його різновид, проте з обмеженнями щодо сфери соціального підприємництва, а також потенційних споживачів продукції чи послуг такого підприємства.

З огляду на вищезазначене, можна зауважити, що під соціальним підприємництвом слід розуміти діяльність різноманітних господарюючих суб'єктів, яких об'єднує спільна ознака – пріоритетність соціальної мети їхнього функціонування. Так, на думку авторів посібника «Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін», під соціальним підприємництвом слід розуміти «систематичну, в тому числі інноваційну, господарську діяльність, яка передбачає вирішення соціальних проблем» [8, с. 15]. Виходячи з даного визначення, до суб'єктів соціального підприємництва можуть бути віднесені представники усіх трьох секторів національної економіки, а саме:

– державні організації, які здійснюють комерціалізацію окремих сфер діяльності, зокрема надають послуги соціального характеру на комерційній основі (наприклад, державні університети, які навчають студентів на платній формі, або ж державні медичні заклади, які надають платні медичні послуги);

– суб'єкти бізнес-сектору, які ведуть економічну діяльність на засадах корпоративної соціальної відповідальності;

– суб'єкти «третього сектору», тобто неприбуткові організації, які здійснюють соціальну діяльність, проте задля пошуку додаткових джерел фінансового забезпечення реалізують підприємницькі комерційні проекти.

Тому справедливо розглядати соціальне підприємництво як специфічну діяльність, що знаходиться на перетині трьох секторів національної економіки (рис. 1).

З рис. 1 видно, що сектори економіки тісно пов'язані між собою. Так, співпраця державних органів та бізнес-сектору відбувається у рамках передання деяких видів соціальних послуг для реалізації комерційним підприємствам на умовах відповідного державного фінансування. Прикладом взаємної діяльності державного сектору і «третього сектору» є залучення волонтерських чи громадських організацій до реалізації державних соціальних програм. Взаємодія бізнес-суб'єктів і «третього сектору» проявляється у наданні економічними суб'єктами спонсорської допо-



Рис. 1. Соціальне підприємництво в системі національної економіки

Джерело: [8, с. 16]

моги відповідним громадським організаціям чи благодійним фондам в межах програми корпоративної соціальної відповідальності.

На перетині спільних сфер діяльності всіх секторів національної економіки, власне, й формується такий специфічний вид діяльності як соціальне підприємництво, яке ввібрало в себе певні риси та ознаки кожного з секторів і при цьому суттєво відрізняється від кожного з них. Зокрема, від державних та неприбуткових організацій «третього сектору» соціальне підприємництво відрізняється тим, що проводить свою діяльність на ринкових засадах, що гарантує їм повну самостійність та фінансову незалежність. А від традиційних комерційних підприємств, які функціонують на засадах корпоративної соціальної відповідальності, соціальні підприємства відрізняються особливим підходом до розподілу прибутку. Адже отриманий у процесі економічної діяльності прибуток не розподіляється між співвласниками і засновниками соціального підприємства, а витрачається безпосередньо на розв'язання соціальних проблем, а також може бути спрямований на розширення масштабів діяльності соціального підприємства, що має на меті відповідне збільшення соціальних результатів його функціонування у перспективі. Серед характерних ознак соціального підприємництва слід звернути увагу на те, що діяльність таких організацій є систематичною та довгостроковою, чим відрізняється від інших відносно короткострокових соціальних проектів чи програм, які реалізуються громадськими організаціями та бізнесом в рамках корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

Таким чином можемо визначити соціальне підприємництво як сучасну, стійку та ефективну форму соціально-економічних відносин, яка сприяє прогресивному розвитку суспільства, створює додаткові можливості для місцевих громад забезпечувати власну економічну стабільність, самостійність і добробут. Незважаючи на величезні безпекові, економічні, політичні й соціальні виклики, наша країна має хороші перспективи та значний внутрішній потенціал для розвитку соціального підприємництва, володіє потужними людськими та інтелектуальними ресурсами, характеризується сформованою громадянською позицією та суспільною єдністю і в найближчій перспективі може розраховувати на безпрецедентну підтримку міжнародної спільноти в галузі розбудови соціального бізнесу.

Висновки. У підсумку зазначимо, що соціальне підприємництво з'явилося у відповідь на необхідність подолання актуальних хронічних соціальних проблем, таких як безробіття, зубожіння, соціальна нерівномірність тощо. Адже саме соціальні підприємства здатні задовольнити ті важливі потреби громадян, які державний сектор забезпечити не може, а приватний бізнес вирішувати їх не буде через відсутність комерційної вигоди. Таким чином соціальне підприємництво займає особливу ринкову нішу, приносячи найбільшу користь від своєї діяльності місцевим громадам. Подальші наукові пошуки в даному напрямку повинні бути направлені на пошук та аналіз позитивного зарубіжного досвіду у серії соціального підприємництва та імплементації його найкращих зразків в умовах вітчизняної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку. *Проблеми управління соціальним та гуманістичним розвитком* : матеріали III регіон. наук.-практ. конф. / за заг. ред. В. Г. Вікторова. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2009. С. 79–82.
2. Косович Б. Соціальне підприємництво в Україні: актуальні питання становлення. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 77–81.
3. Лункіна Т., Іваненко Г. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. *Modern Economics*. 2019. № 1 (5). С. 142–147.
4. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Розвиток та становлення соціального підприємництва та соціальної відповідальності в сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2016. № 7. С. 390–394.
5. Назарук В. Соціальні підприємства – новий тренд в Україні. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/sotsialni-pidприємства-novij-trend-v-ukrajini-338577.html> (дата звернення: 03.02.2023).
6. Наумова Н. О. Орієнтири державної політики стимулювання розвитку соціального підприємництва в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2022. Вип. 2(106). С. 84–88.
7. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. С. 97–70. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1988> (дата звернення: 15.03.23).

8. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А. А., Корнецький А. О., Гончарова М. А., Назарук В. Я., Гусак Н. Є., Туманова А. А. Київ : ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.
9. Соціальне підприємництво та інклюзія: досвід українських міст. Кейс-стаді. Київ : «Партнерство для розвитку міст», 2020. 50 с.
10. Спрекли Ф. Посібник з планування соціального підприємництва URL: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf (дата звернення: 09.03.2023).
11. Defourny J., Nyssens M. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2010. Vol. 1. No. 1. P. 32–53.
12. Dees, J. G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, *Duke University's Fuqua School of Business*, 2001. URL: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf (дата звернення: 14.03.23).

REFERENCES:

1. Kirieieva O. B. (2009), Sotsialne pidpriemnytstvo yak zasib sotsialnoho rozvytku [Social entrepreneurship as a means of social development]. *Probl. upr. sots. ta humanist. rozv.* : materialy III rehion. nauk.-prakt. konf. / za zah. red. V. H. Viktorova. Dnipro : DRIDU NADU, 2009. 79–82 [in Ukrainian].
2. Kosovych B. (2020), Sotsialne pidpriemnytstvo v Ukraini: aktualni pytannia stanovlennia [Social entrepreneurship in Ukraine: current issues of formation]. *Ekonomika ta derzhava*, vol. 3, 77–81 [in Ukrainian].
3. Lunkyna, T. and Ivanenko, G. (2019), Osoblyvosti rozvytku sotsialnoho pidpriemnytstva: zakordonnyi dosvid [Features of the Development of Social Entrepreneurship: Foreign Experience]. *Modern Economics*, vol. 1 (5), 142–147 [in Ukrainian].
4. Matvienko-Bilyayeva, G. L. (2016), Rozvytok ta stanovlennia sotsialnoho pidpriemnytstva ta sotsialnoi vidpovidalnosti v suchasnykh umovakh [Development and formation of social entrepreneurship and social responsibility in the modern conditions]. *Economy and Society*, no. 7, 390–394 [in Ukrainian].
5. Nazaruk V. (2016), Sotsialni pidpriemstva – novyi trend v Ukraini [Social entrepreneurship is a new trend in Ukraine]. Available at: <https://nv.ua/ukr/opinion/sotsialni-pidpriemstva-novij-trend-v-ukrajini-338577.html> (accessed 03.02.2023) [in Ukrainian].
6. Naumova N. O. (2022), Oriientyry derzhavnoi polityky stymuliuvannia rozvytku sotsialnoho pidpriemnytstva v Ukraini [Landmarks of the state policy of stimulating the development of social entrepreneurship in Ukraine]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, vol. 2 (106), 84–88 [in Ukrainian].
7. Sotula O. V. (2013), Sotsialne pidpriemnytstvo yak innovatsiina model rozvytku ekonomiky [Social entrepreneurship as an innovative model of economic development]. *Efektivna ekonomika*, vol. 4, 67–70 [in Ukrainian].
8. Svinchuk A. A., Kornetskyi A. O., Honcharova M. A., Nazaruk V. Ia. et al. (2017), Sotsialne pidpriemnytstvo: vid idei do suspilnykh zmin [Social entrepreneurship: from idea to social change]: manual, Kyiv, 188 p. [in Ukrainian].
9. Sotsialne pidpriemnytstvo ta inkluziia: dosvid ukraïnskykh mist [Social entrepreneurship and inclusion: the experience of Ukrainian cities]. *Keis-stadi*. Kyiv: "Partnerstvo dlia rozvytku mist", 2020. 50 p. [in Ukrainian].
10. Sprekli F. (2011), Posibnyk z planuvannia sotsialnoho pidpriemnytstva [Handbook for planning social entrepreneurship]. Available at: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf (Accessed 09.03.2023).
11. Defourny J., Nyssens M. (2010), Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. Vol. 1. No. 1. P. 32–53.
12. Dees J. G. (2001), The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship. *Duke University's Fuqua School of Business*. Available at: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf (accessed 14.03.23).