

СОЦІАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ДІАЛОГУ ДЕРЖАВИ І СУСПІЛЬСТВА

THE SOCIAL ENTERPRISES AS A TOOL OF DIALOGUE OF THE STATE AND SOCIETY

УДК 334.01

<https://doi.org/10.32843/infrastuct42-32>

Луговенко Н.В.

к.н.держ.упр., доцент,
доцент кафедри економічної теорії та фінансів
Харківський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

Коваленко Н.В.

к.н.держ.упр., доцент кафедри економічної теорії та фінансів
Харківський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

Luhovenko Nataliya

Kovalenko Nataliya

Kharkiv Regional Institute of Public Administration

National Academy of Public Administration under the President of Ukraine

У статті зроблено спробу обґрунтувати процес залучення українських підприємств і соціуму до проблем, які завжди були прерогативою держави. Через дефіцит державних коштів, корупцію і соціальні проблеми проблематика дослідження полягає у незацікавленості держави, суспільства і підприємців взаємодіяти із власної ініціативи. У процесі дослідження висловлено припущення, що корпоративність дії держави, суспільства і бізнесу робить їхні загальні рішення більш дієвими. Проаналізовано елементи парадигми взаємовідносин держави, бізнесу і суспільства в контексті їхніх стосунків у партнерстві. Спрощено підходи до визначення соціального підприємництва і визначено інше поняття соціального підприємства. Зроблено висновок, що в стратегії управління економічними процесами як у державі, так і в бізнесі є багато спільного, ніж протилежного, тому під час створення програм, проєктів або сценаріїв, бізнесу та державі варто об'єднуватися і створювати потужну команду.

Ключові слова: соціальне підприємство, суспільство, держава, бізнес, управління, проєкт.

В статье сделана попытка обосновать процесс привлечения украинских пред-

приятый и социума к проблемам, которые всегда были прерогативой государства. В силу дефицита государственных средств, коррупции и социальных проблем проблематика исследования заключается в незаинтересованности государства, общества и рынка взаимодействовать по собственной инициативе. В процессе исследования высказано предположение, что корпоративность действий государства, общества и бизнеса делает их общие решения более действенными. Проанализированы элементы парадигмы взаимоотношений государства, бизнеса и общества в контексте отношений в партнерстве. Уточнены подходы к определению социального предпринимательства и определено понятие социального предприятия. Сделан вывод, что в стратегии управления экономическими процессами как в государстве, так и в бизнесе есть много общего, поэтому во время создания программ, проєктов или сценариев бизнесу и государству есть смысл объединиться и создать более сильную команду.

Ключевые слова: социальное предприятие, предпринимательство, общество, государство, бизнес, управление, проект.

In this article we considered the attempt to involve Ukrainian enterprises and society in the problems, which always were by prerogative of public administration. In Ukraine, issues of socio-economic protection are being criticized both: by the population and by politicians. However, due to the state budget deficit, corruption and large number of social problems, the problematic of research are state, society and business, which are not interested in interacting from their own initiative and for benefit by each other. It happens due to lack of confidence, lack of relevant experience, and unhealthy atmosphere of competition. When we were investigating issues are related with theories of systems, we understood, that the corporate action of the state, society, and business makes their decisions more effective in solving socio-economic problems, and it can guarantee the efficiency such practice in Ukrainian today. The elements of smart- paradigm of relations between state, business and society were analyzed in the context of partnership relations. In article the author clarified approaches to definition "social entrepreneurship", which shows the combination objective and commercial-social approach, because they have many of similar. It was defined the definition "social enterprise" as an activity that reflects the general actions of the state, business and society in order to obtain a general social effect. It was analyzed the sphere of interactions participants in social entrepreneurship system, and it reflects to relational nature of these relations. It is interesting, that social-entrepreneurial initiatives often ahead of the state's response to modern challenges, they are creating thousands of jobs, generating significant financial resources, proving their competitiveness and efficiency in comparison with current economic development models. In this scientific research, we have come to conclusion that in the strategy of managing various processes in the state and in business are a lot of similar than the opposite, this moment can't be ignored, so, in the creation of partners programs, or projects, scenarios, the business and the state combine in the strong team.

Key words: social enterprise, company, state, business, management, project.

Постановка проблеми. На тлі нової економічної кризи завжди загострюються питання, пов'язані з розміщенням продуктивних сил, трудовою міграцією, соціальним захистом, спадом ВВП та дефіцитом сировини. Україна у цьому сенсі не є винятком, навпаки, підпадає під удар одразу з декількох боків. Велике занепокоєння викликає економічна ситуація, ефект від якої відчуватимуть на собі незахищені верстви населення, малий бізнес та реформи, які були започатковані урядом у 2019 р. На нашу думку, ситуація, що складатиметься у 2022–2026 рр., залежатиме від того, який підхід до вирішення соціально-економічних питань буде вибрано. Навіть за найбільш сприятливих умов держава може бути нездатною якісно розвивати, а подекуди й розпочинати соціальні проєкти. У світі вже існує практика вирішення складних

економіко-соціальних проблем у час складного економічного розвитку, яка є вкрай необхідною для прогресу. Ця практика ефективно сприяє знаходженню альтернативних ефективних рішень за допомогою підприємців. Сама ідея розглядати соціальні проблеми під підприємницьким кутом уже набула популярності по всій Європі, вона заслуговує на увагу як суспільства, так і уряду.

Актуальність механізму соціального підприємництва є темою наукових досліджень уже понад 30 років, однак у науковців і дослідників тривають розбіжності у його тлумаченні. Справа в тому, що соціально-підприємницькі ініціативи більш швидкі, ніж державні, вони першими засновують сотні тисяч робочих місць, швидко акумулюють грошові потоки, тому давно доводять свою конкурентоздатність і ефективність порівняно з нинішніми

моделями економічного розвитку. Соціальне підприємництво розглядається науковцями не як форма збагачення, яка в відгукується на соціальні проблеми і швидко формує фінансову базу, а як засіб іншого зору та взаємовідносин, які засновані на довірі та співробітництві, як для сучасного, так і для майбутніх поколінь [1, с. 5].

Проблематика дослідження також полягає у незацікавленості держави, суспільства і ринку взаємодіяти із власної ініціативи і на благо один одного, що перетворює їх на суперників, а не на партнерів. У своїх попередніх роботах ми вже розглядали елементи розумної парадигми взаємовідносин держави і бізнесу. Ми зазначали, що зв'язки в триаді стосунків «держава – бізнес – суспільство» завжди розмиті, одна сфера впливу непомітно стикається з іншою, і створюється враження, що всі ці так звані «розмиті» функції й ініціативи, цілі та завдання саморегулюються і самоорганізуюватимуться автоматично.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У своїх напрацюваннях учені сперечаються як із приводу визначення соціального підприємства як категорії, так і щодо критеріїв відношення підприємств до категорії «соціальні». Такими питаннями були зайняті Е. Шоу, Дж. Вірвардена, Г. Морт, А. Фоулер, А. Макміллан, Дж. Робінсон, Я. Роголін, А.А Свинчук, А.О. Корнецький та ін. Наукові підходи до тлумачення поняття «соціальне підприємство» не дають змоги чітко окреслити та підвести під єдине поняття різні форми, сполучення, об'єднання підприємств, тому що будь-яка діяльність підприємства з гуманітарною місією підпадає під це визначення. Це цілком логічно, оскільки не існує економіки без соціуму і, навпаки, не має соціуму без економіки.

Вчені та практики сперечаються: якщо товар або послуга виробляються для людей, то і підприємство, що цим займається, є «соціальним». У країнах Європейського Союзу інші вимоги до визначення: соціальні підприємства – це ті, що витрачають частину прибутку на розвиток соціальних проєктів або надають зайнятість особам з особливими потребами. Однак лише одна характеристика, яка не викликає сумнівів, критерій, який можна і потрібно використовувати для характеристики, – це грошова оцінка дій, ринкова ціна послуги або продукту [2, с. 25].

Постановка завдання. Соціально-економічні питання в Україні є предметом уваги суспільства і державного управління. Дослідження проблем у цій сфері зумовило пошук інноваційних підходів та альтернативних шляхів їх вирішення. На нашу думку, держава і демократичне українське суспільство здатні реалізувати механізм взаємодії на користь один одному. У даному контексті виникає потреба обґрунтувати питання залучення українських підприємств до триади відношень. Для цього

потрібно з'ясувати закономірності і чинники, які впливають на ефективність таких стосунків, проаналізувати важливі елементи парадигми взаємовідносин держави, бізнесу і суспільства. Гіпотезою дослідження є припущення, що корпоративність дій держави, суспільства, і бізнесу робить їхні загальні рішення більш дієвими. На основі відомих концепцій є нагода проаналізувати підходи до визначення соціального підприємництва і визначити поняття соціального підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Науковою базою дослідження «соціального підприємництва» було взято підходи до «змішаної» та «комбінованої» цінності Дж. Емерсона, яка визначає, що організація чи підприємництво є елементом соціально-економічної реальності, в основі діяльності якої прослідковуються економічні та соціальні чинники. Ці чинники треба визначати як незмінні.

Дж. Емерсон вважає, що не можна протиставити ефекти від економічної або від соціальної діяльності підприємства. Питання не в тому, що вибрати – утворення фінансового капіталу або соціальне покращення, а в тому, щоб ініціювати позитивні проєкти і використовувати фінансову базу для зростання цінностей і благ, як економічних, так і соціальних [3, с. 120].

Концепція комбінованої цінності за Дж. Емерсоном становить у нашому дослідженні такі важливі тези:

- підприємства так чи інакше створюють разом із послугою чи продуктом комбіновану вартість;
- соціальні та економічні напрями і місія фірми або організації мають циклічний характер;
- не можна оцінку інвестицій ототожнювати з ефективністю.

Таким чином, приходимо до розуміння, що ця концепція хоча й характеризується соціальною природою звичайної економічної діяльності, однак вона не пояснює і не виявляє чіткі риси соціального підприємства. Треба зауважити, що ця концепція має підстави щодо визначення основних варіантів тлумачення соціального підприємництва:

1. Загальний підхід. Його суть полягає у тому, що діяльність соціального підприємництва, врешті-решт, має на меті соціальний результат. Це означає, що такі державні соціальні організації, як пенсійний фонд (державний або недержавний), банки (державні або приватні), звичайні бізнес-організації та недержавні неприбуткові організації обов'язково мають соціальну компоненту.

2. Економіко-соціальний підхід передбачає діяльність, що має на меті комерційний успіх після соціального проєкту або, іншими словами, соціальний проєкт із прибутковим результатом для учасників.

3. Креативний підхід базується на використанні незвичайних, новітніх або інших підходів до вирішення соціальних питань. Такий варіант харак-

теризується обмеженням у сфері соціального підприємництва, оскільки мало комерційних організацій використовують новітні технології у своїй діяльності. Також діяльність неприбуткових, благодійних організацій, державних соціальних закладів, які не використовують інновації, може не підпадати під термін «соціальне підприємство».

4. Адресний підхід передбачає соціальну діяльність, коли в результаті ефект спрямований на конкретну соціальну потребу (інвалідність, наркозалежні хворі, тимчасово переміщені особи) [3, с. 70; 4, с. 130].

Різноманіття методів і підходів до трактування соціального підприємництва переконливо доводить, що це поняття передбачає діяльність підприємств широкого кола дій і різноманітних утворень. Також філософія сприйняття такого терміна все ж таки ґрунтується на пріоритетності людської спрямованості на їхні проблеми, які скоріше соціальні, а вже потім економічні. Більш уточнювальну характеристику соціального підприємництва як підприємства, як дії, як процесу дає термін «підприємство». Пошуки чогось нового у цьому тлумаченні, яке тягнеться коріннями з основ політичної економії, мабуть, нічого не дадуть, тим більше з часом усе більше підтверджуються класичні підходи А. Сміта або П. Самуельсона до тлумачень з економічної теорії. І як би сучасні молоді науковці не намагалися знайти новизну у свої тлумаченнях, вони завжди створюють «щось подібне», а не принципово нове. Тому залишається визнати, що підприємство у сучасному розумінні є процесом створення продукту або послуги суб'єктом господарювання шляхом інноваційних технологій, креативних методів, невідомих (або маловідомих) на місцевому ринку. Саме ця діяльність передбачає успіх у використанні нереалізованих альтернатив для отримання, а потім і підвищення прибутку для підприємства. Для підприємства важливі розвиток і стабільність діяльності, тому створення резервів (фондів) є наслідком прибутку. Тому ми вважаємо, що безперечним є те, що підприємство спочатку розвивається, потім досягає певного рівня і починає опікуватися стабільністю цього рівня розвитку. На цьому етапі доречною є виключно комерційна вигода. Далі підприємство має розвиватися ментально, підтримуючи філософію своєї діяльності. На цьому шляху виникають питання репутації, передачі традицій, продажу власних технологій, благочинна діяльність, підтримка зовнішнього середовища, де функціонує підприємство, використання ресурсів для поліпшення «зовнішнього клімату». У цьому нами вбачається соціальна вигода діяльності підприємства [5, с. 453].

Підприємець (або бізнесмен) може отримувати дохід від комерційної діяльності, що поділяється на прибуток від звичайної діяльності і додатковий прибуток – це винагорода бізнесмену за ризики, за

здатність краще за конкурентів поєднувати підходи до управління, за спроможність знайти і реалізувати новизну у комерційній діяльності. Осмислюючи процес отримання підприємницького доходу, стає зрозумілою глибина економічної сутності підприємництва [6, с. 94]. Тому науковці і називають цей прибуток підприємницьким доходом і винагородою за підприємницький талант.

Подальші роздуми щодо соціального підприємства призвели до розуміння цієї діяльності як співпраці держави, бізнесу та суспільства для отримання спільно очікуваного соціального ефекту. Таке підприємство відображає сфери інтересів трьох учасників: держави, ринку та суспільства.

Соціальне підприємство також називають «еволюцією» бізнес-відносин (у моральному розумінні) або «революцією» для неприбуткової діяльності [7, с. 65]. Новизною для неприбуткових організацій є можливість забезпечувати себе ресурсами для функціонування, а не жебракувати. Для бізнесу соціальне підприємство є одним із засобів отримання прибутку, але це не головне. Так хто ж насправді зацікавлений у соціальній співпраці? Звичайно, всі три сектори національної економіки:

- бізнесмени, які дотримуються принципів корпоративної соціальної відповідальності;
- неприбуткові організації, що шукають додаткові джерела фінансування своєї соціальної діяльності;
- державні організації та інститути, діяльність яких ґрунтується (частково) на комерційних умовах: пенсійні фонди, медичні заклади, центри зайнятості.

Тобто соціальне підприємство і його діяльність знаходяться у загальній площині національної економіки. Так, на пріоритетному місці для цих підприємств є вирішення питань соціального характеру, створення соціальної цінності у суспільстві. Хто не розуміє цього сьогодні, той ще знаходиться в омані того, що держава «повинна вирішувати» соціальні питання. Прикладом цього є взаємовідносини підприємців та держави у сфері зайнятості населення. Ніякі бізнес-моделі не будуть реалізовані, якщо інвестор або власник не забезпечують сталий розвиток підприємству стабільною сировиною, працівниками або обладнанням. На жаль, сьогодні ці питання розуміють лише деякі, хто розробляє спільні програми з бізнесом, реалізує спільні з державою бізнес-проекти. Як уже було зазначено, зв'язки в тріаді стосунків «держава – бізнес – суспільство» завжди розмиті, одна сфера впливу непомітно стикається з іншою, і створюється враження, що всі ці так звані «розмиті» функції й ініціативи цілі та завдання саморегулюються і самоорганізуюватимуться автоматично. Розмірковуючи над цим, ми дійшли висновку, що соціальні протиріччя й економічні кризи мали підґрунтя задовго до ситуації, яка потребує негайного вирішення. Держава у цьому разі є «соціальним гарантом»,

маючи в арсеналі низку інструментів саме для розв'язання цих суперечностей.

У попередніх напрацюваннях ми зверталися до поняття «реляційність», яке характеризувалося як співіснування різних елементів системи [5, с. 453]. Тож у тріаді стосунків «держава – бізнес – суспільство» (третя сила) є тісний взаємозв'язок, який до цього часу активно існував в тандемі «держава – бізнес». Об'єктом цих відносин або їх економічної і соціальної уваги завжди є і буде суспільство, люди. Вивчаючи дослідження аналогічних питань інших авторів, особливо питань, пов'язаних із теоріями систем, виникає стійке припущення, що корпоративність дій держави, суспільства і бізнесу робить їх спільні рішення більш дієвими у вирішенні соціально-економічних проблем. Так, поняття «реляційність», якщо перекласти з англ. relation, визначається як «зв'язок», «відносини», «залежність», «взаємозалежність» і повністю відповідає характеру взаємодії соціального підприємства.

Тож ініціатором (як і виконавцем) вирішення багатьох проблем у державі виступає або особа – індивідуум-управлінець, або організація – держава чи приватна. Однак не можна забувати про прецедент, явище, яке так чи інакше спричинило створення соціально-економічної проблеми, вирішенням якої має опікуватися держава. Проблема полягає у тому, що прецедент зазвичай описує лише деяку частину поведінки системи, не вдаючись при цьому в особливості її внутрішньої структури. Проте для реалізації соціально важливих питань хтось повинен мати чіткий алгоритм вирішення проблем, саме у цей момент можуть знадобитися об'єкти, які задіяні у вирішенні аналогічних питань у зовсім інших сферах, і вони, як правило, з'являються на ринку.

Якщо провести цю аналогію з ринком праці, то проблема безробіття – це прецедент, створений самим індивідуумом (якщо він не виконує очікуваних від нього обов'язків) або державою (якщо його система найму не є досить ефективною), або ж бізнесом (який у силу його природних причин постійно потребує оновлення ресурсів або їх скорочення). Це приклад того, як саме назріває соціально-економічна проблема, прецедент для якої створений економічними, соціальними і політичними суб'єктами, а інструменти для його регулювання знаходяться у загальній площині відносин. На рис. 1 зображено сферу соціального підприємництва, яку ми помітили як сектор «А», де наглядно видно, що взаємодія держави та бізнесу в контексті вирішення проблем безробіття здійснюється, наприклад, у формі передавання окремих видів діяльності, наприклад комерційних послуг, що можуть бути профінансовані державою повністю або частково за рахунок суспільних фондів.

Взаємодія державного і суспільного секторів економіки знаходить відображення у залученні волон-

терів до реалізації державних соціальних програм або осіб, що потребують соціальних гарантій від держави. На перетині цих сфер можуть утворюватися нові форми взаємовигоди і взаємодопомоги.

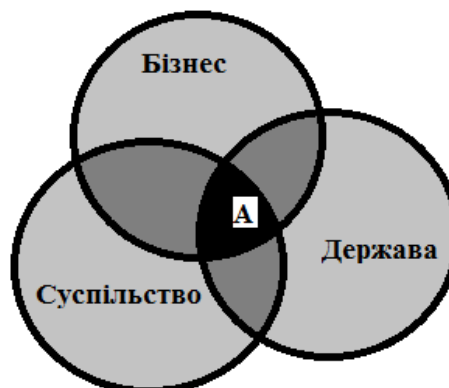


Рис. 1. Сфера соціального підприємництва на ринку праці

Джерело: складено за [8, с. 6]

Взаємодія бізнесу і соціального сектору економіки, наприклад, здійснюється у формі виконання функцій, які не може (або не повинна) брати на себе держава в силу різних причин. У попередніх дослідженнях ми неодноразово зазначали, що держава не завжди є високотим менеджментом або власником. У таких відносинах представники профспілок або волонтери є рушійною силою здійснення поставленої мети. Так, не треба забувати і про спонсорську допомогу громадським організаціям у межах реалізації корпоративної соціальної відповідальності, але ні бізнес, ні суспільство не можуть бути готовими до таких відносин на постійній основі [8, с. 6].

На перетині інтересів головних секторів економіки виникає випадкова група підприємств – сектор «А». Що ж відрізняє їх від неприбуткових та державних організацій? По-перше, фінансова незалежність. По-друге, ніякої солідарної соціальної відповідальності. Ну і, врешті-решт, особливості розподілу прибутку. Отриманий у результаті господарської діяльності такої організації прибуток не може бути розподілений між його власниками та засновниками, а спрямовується або безпосередньо на розв'язання соціальних проблем, або на розширення діяльності соціального підприємства з метою збільшення обсягів соціальних результатів його функціонування.

Також хочеться відзначити, що діяльність таких підприємств циклічна, зорієнтована на майбутнє й є характерною рисою соціального підприємства. У наукових дослідженнях зроблено деяку систематизацію підходів до визначення соціальних підприємств, визначено, що вони також зумовлені принципами утворення, типом і спрямованістю, спеціалізацією та різними точками зору щодо характерних рис соціального підприємства [9, с. 19].

Висновки з проведеного дослідження. Сьогодні не існує єдності у визначенні характерних рис таких соціальних підприємств серед науковців і дослідників. Поєднання результатів пошуку і дослідження цього питання серед зарубіжних та вітчизняних наукових праць дало нам можливість спробувати виокремити характерні специфічні риси соціального підприємства. Вчені ще довго будуть уточнювати їх, але не це є їхньою головною метою. Важливими є вдосконалення самого механізму взаємодії «держава – бізнес – суспільство» і досягнення її мети – створення цільової бізнес-команди фахівців.

Тож підведемо підсумок: соціальне підприємство – це організація, метою якої є публічна діяльність, спрямована на задоволення потреб суспільства; економічні переваги держави і бізнесу; кінцева мета такого підприємства має соціальний та економічний ефекти у вигляді економії державного бюджету і прибутку економічних структур; визначені цілі залежать як від прибутку, так і від бажаного соціального ефекту від його комерційної діяльності.

Якими б не були розбіжності в тлумаченні поняття «соціальне підприємництво», мета цієї діяльності – допомога суспільству. Це реально діючий механізм використання спільних сил для вирішення соціальних проблем. У західних державах створюються і реалізуються значущі за своєю масштабністю проекти, у них задіяно велику кількість людей, починаючи від волонтерів, бізнесменів, представників влади і закінчуючи релігійними організаціями. Соціальне підприємництво – це злагоджені дії всіх зацікавлених сторін із високою якістю проектного менеджменту.

Визначено, що соціальні підприємці можуть спрямовувати частину прибутків на вирішення соціальних питань, але мотивом для цього повинні бути державні інструменти, тобто державні преференції бізнесу в інших сферах (наприклад, відсоткова ставка по кредитах може бути меншою від звичайної, державні гарантії по кредиту компанії).

Сучасні виклики українського суспільства, військові дії, проблеми внутрішньо переміщених осіб, інші недостатньо захищені люди: діти, інваліди, похилі є мотивом або причиною активізації соціальних ініціатив. Соціальне підприємництво стане в майбутньому перспективною формою. Цікавим є й те, що на відміну від благодійної діяльності такі підприємства стануть стабільними механізмами вирішення багатьох суперечностей державного управління соціальної сфери. Як наслідок – економія бюджетних коштів, розвиток пріоритетних сфер держави, ефективний розподіл фінансів як на державному, так і на місцевому рівні.

Тож, незважаючи на велике зростання питомої ваги витрат у суспільних фондах споживання в більшості країн, росту рівня соціальної відповідальності бізнесу, реальну активізацію діяльності

представників так званого «третього сектору» економіки, велику кількість соціальних проблем все ж таки не вирішено. Це свідчить про неефективність класичних засобів і методів державного управління задля подолання бідності, безробіття та проблем уразливих сфер населення. Цим саме зумовлені пошук і вивчення нових форм організації відношень у суспільстві.

Таким чином, ми дійшли висновку, що в стратегії управління різноманітними процесами як у державі, так і в бізнесі є більше спільного, ніж протилежного, що не можна ігнорувати під час створення спільних програм або проєктів, або сценаріїв, коли ринок і держава об'єднуються в більш ефективну команду. У сучасних умовах ця тема дуже актуальна для України. Відома тріада відносин, яка описує відносини держави, суспільства і бізнесу як «ефективні, тому що протилежні», з нашої точки зору, зараз на часі, і здорова конкуренція соціального сервісу може бути сприйнята суспільством з успіхом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Defourny J. Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2010. Vol. 1. № 1 P. 32–53.
2. Thomas C. The role of social entrepreneurship in community development. *A research report submitted to the Faculty of Commerce, Law and Management University of the Witwatersrand*. 2004. URL : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.196.4590&rep=rep1&type=pdf> (дата звернення: 02.02.20).
3. Emerson J. The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation. 2003. P. 182.
4. Braunerhjelm P.U. Hamilton. Social entrepreneurship – a survey of current research. *Braunerhjelm*. 2010. URL : http://https://ideas.repec.org/p/hhs/entfor/2012_009.html (дата звернення: 28.01.20).
5. Економічні передумови розвитку фінансово-кредитної системи в Україні: соціально-гуманітарний дискурс у контексті суспільних трансформацій / В.П. Єлагін та ін. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2020. Вип. 1(32). С. 453–462.
6. Defourny J., Hulgard L., Pestoff V. Social Enterprise and the Third Sector: Changing European Landscapes in a Comparative Perspective. *Routledge*, 2014. P. 280.
7. «Про волонтерську діяльність» : Закон України від 19 квітня 2011 р. № 3236-VI / Верховна Рада України. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3236-17/> (дата звернення: 04.02.2020).
8. Alter K. Social Enterprise Typology. *Virtue Ventures LLC*, 2007. P. 133.
9. Gidron B., Hasenfeld Y. Social Enterprise: An Organizational Perspective. *Palgrave Macmillan*, 2012, P. 280.

REFERENCES:

1. Defourny, J. (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 pp. 32–53.
2. Thomas, C. (2004) The role of social entrepreneurship in community development. A research report submitted to the Faculty of Commerce, Law and Management University of the Witwatersrand. Available at URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.196.4590&rep=rep1&type=pdf> (accessed 02 February 2020).
3. Emerson, J. (2003) The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation, Germany
4. Braunerhjelm, P., Hamilton, U. (2010) Social entrepreneurship — a survey of current research. Available at URL: [http:// https://ideas.repec.org/p/hhs/entfor/2012_009.html](http://https://ideas.repec.org/p/hhs/entfor/2012_009.html) (accessed 28 January 2020).
5. Ielahn V.P., Mamonova V.V., Luhovenko N.V., Voropai L.A. Ekonomichni peredumovy rozvytku finansovo-kredytnoi systemy v Ukraini: sotsialno-humanitarnyi dyskurs v konteksti suspilnykh transformatsii [Economic prerequisites for development of financial and credit system in Ukraine: socio-humanitarian discourse in context of social transformation] *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky*, vol. 1, no 32, pp. 453–462.
6. Defourny, J., Hulgard, L., Pestoff, V. (2014) Social Enterprise and the Third Sector: Changing European Landscapes in a Comparative Perspective. *Routledge*. P. 280.
7. Verhovna Rada Ukrayiny (2011) Zakon Ukrayiny «Pro volontersku diyalnist» № 3236-VI Available at URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3236-17> (accessed 04 February 2020).
8. Alter, K. (2007) Social Enterprise Typology. *Virtue Ventures LLC*, P. 133.
9. Gidron, B., Hasenfeld, Y. (2012) Social Enterprise: An Organizational Perspective. *Palgrave Macmillan*. P. 280.