

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет економічних наук
Кафедра економічної теорії

Кваліфікаційна робота
освітній ступінь – бакалавр

на тему: **«СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНА
ФОРМА БІЗНЕСУ»**

Виконала: студентка 4-го року навчання,
Спеціальності
051 Економіка

Думич Ірина Володимирівна
Наукова керівниця Супрун Н.А.,
докторка економічних наук, професорка

Рецензентка: Артьомова Т.І.

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою _____
Секретар ЕК _____
« ____ » _____ 20 ____ р.

Зміст

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕМИ.....	5
1.1. Сутність поняття соціального підприємництва та історія його розвитку	5
1.2. Характеристика, види та ознаки соціального підприємництва.....	9
1.3. Критерії інноваційності соціального підприємництва.....	15
Висновки до розділу I	18
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	20
2.1. Аналіз та тенденції розвитку соціального підприємництва у Німеччині	20
2.2. Аналіз та тенденції розвитку соціального підприємництва у Великій Британії.....	29
2.3. Аналіз та тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні	39
Висновки до розділу II	47
РОЗДІЛ III ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	49
3.1 Соціальне підприємництво як інструмент вирішення проблем в умовах війни та післявоєнної відбудови.....	49
3.2 Розробка пропозицій щодо вдосконалення механізмів розвитку соціального підприємництва в Україні.....	53
Висновки до розділу III	55
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах розвитку глобальної економіки відбувається поступова зміна парадигми ведення бізнесу, де успішність суб'єктів господарювання визначається не лише економічною результативністю, а й рівнем їхньої відповідальності перед суспільством. Традиційні комерційні моделі часто виявляються неспроможними самотійно подолати гострі соціальні та екологічні виклики. У зв'язку з цим виникає об'єктивна потреба у дослідженні та впровадженні гібридних форм підприємницької діяльності. Однією з таких форм є соціальне підприємництво. Воно поєднує в собі ринкові інструменти генерування прибутку із першочерговим виконанням чітко визначеної суспільної місії, що робить його дієвим елементом інклюзивного зростання.

Зважаючи на те, що концепція соціального підприємництва є відносно новою, а її активне застосування у світі стрімко розвивається як відповідь на пошук ефективних рішень для подолання глобальних суспільних викликів, виникає потреба у її науковому обґрунтуванні. Дослідження цієї сфери є важливим, оскільки це дозволяє систематизувати успішні міжнародні практики, виявити універсальні організаційно-економічні закономірності розвитку та адаптувати ці інноваційні підходи для формування вітчизняної моделі. Особливої актуальності ця модель набуває для сучасної України, яка через руйнівні наслідки повномасштабної війни стикається з дефіцитом бюджетних ресурсів та стрімким зростанням кількості вразливих категорій громадян. Саме соціальне підприємництво може стати дієвим механізмом задля вирішення цих суспільних проблем.

Аналіз досліджень і публікацій. Сучасне наукове осмислення феномену соціального підприємництва та процесу створення суспільної цінності в умовах обмежених ресурсів закладено у працях зарубіжних дослідників, зокрема Г. Діза, Б. Дрейтона, Д. Борнштейна, С. Девіса. Вагомий внесок у дослідження розвитку екосистеми соціального підприємництва в Україні здійснили такі вітчизняні

вчені та практики, як А. Корнецький, Н. А. Супрун, Н. В. Доброва, В. Смаль, В. Кокоть, О. В. Сотула, М. В. Матвієнко, А. К. Ковальова та К. Смаглій.

Об'єктом дослідження є соціальне підприємництва як інноваційної форми бізнесу, а **предметом дослідження** є теоретико-методологічні засади, світові тенденції та розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретико-методологічних засад функціонування соціального підприємництва, аналіз міжнародного й вітчизняного досвіду його розвитку та обґрунтування комплексних рекомендацій щодо вдосконалення екосистеми цього сектору в Україні.

Для досягнення поставленої мети визначено та розв'язано такі **завдання**:

- дослідити генезу, еволюційні етапи та концептуальне підґрунтя соціального підприємництва;
- визначити ключові критерії, характеристики, види та соціально-економічну роль соціального підприємництва,
- здійснити розмежування соціального підприємництва із благодійністю та соціально-відповідальним бізнесом;
- розкрити сутність фактору інноваційності як передумову функціонування соціальних підприємств;
- проаналізувати провідні європейські моделі соціальної економіки, їхні фіскальні інструменти та державну підтримку;
- вивчити прогресивний міжнародний правовий досвід формування спеціальних юридичних форм та механізми соціального інвестування;
- дослідити історичні витоки, сучасний стан та нормативно-правові форми функціонування соціального підприємництва в Україні;
- виокремити роль соціального підприємництва в Україні
- провести SWOT-аналіз діяльності вітчизняних соціальних підприємств в умовах воєнних дій для виявлення внутрішнього потенціалу та зовнішніх загроз;

- розробити комплексні пропозиції щодо вдосконалення екосистеми соціального підприємництва в Україні

Методи дослідження. У роботі використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів: аналізу, синтезу, порівняльного аналізу, індукції, історико-логічний, графічний методи для наочного представлення даних. Окрім того, було застосовано метод SWOT-аналізу для ідентифікації стратегічних орієнтирів розвитку сектору.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у комплексному теоретичному узагальненні концепції соціального підприємництва. У роботі було сформульовано власне визначання соціального підприємництва, систематизовано та адаптовано передові європейські практики, зокрема Німеччини та Великої Британії, запропоновано власне бачення розбудови соціально підприємництва в Україні.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що запропоновані в роботі рекомендації та висновки можуть бути безпосередньо використані для розбудови та зміцнення сектору соціального підприємництва в Україні, зокрема органами державної влади, місцевого самоврядування та безпосередньо суб'єктами соціального підприємництва. Також матеріал може бути використаний для подальших досліджень в даній сфері.

Відповідно до поставленої мети та визначених завдань кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів ,що поділені на вісім підрозділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕМИ

1.1. Сутність поняття соціального підприємництва та історія його розвитку

Трансформаційні процеси в сучасній глобальній економіці зумовлюють перегляд традиційних підходів до ведення бізнесу. Сьогодні успішність діяльності суб'єктів господарювання дедалі частіше оцінюється не лише фінансовими показниками, а й рівнем їхнього впливу на суспільний розвиток. У таких умовах виникає потреба у створенні таких моделей бізнесу, які здатні поєднувати економічну ефективність із вирішенням соціальних викликів, що стає стимулом для становлення та розвитку соціального підприємництва.

Ідея соціального підприємництва, хоча й здається сучасним явищем, має глибоке історичне коріння. На думку Г. Діза (Gregory Dees), який заклав науковий фундамент теорії СП, соціальні підприємці були завжди, але тоді ще вчені не оперували даними поняттями та категоріями. Рані приклади соціальних підприємств можна простежити ще до промислової революції. Зокрема яскравим прикладом є валлійський виробник текстилю Роберт Оуен, який не лише реформував умови праці на своїй фабриці в Нью-Ланарку, а й заклав концептуальний фундамент для розвитку кооперативного руху. Оуен розглядав кооперативні спілки як особливу форму соціальної організації, де прибуток був не кінцевою метою, а засобом забезпечення добробуту громади [5], [12].

Також, до числа тих, чию діяльність можна вважати ранніми проявами соціального підприємництва є Флоренс Найтінгейл, яка створила першу у Великобританії професійну школу для медсестер і розробила прогресивні стандарти роботи медичної допомоги [5].

Соціальне підприємництво постало як окрема концепція у 1980-х роках, поєднавши в собі, на перший погляд, протилежні ідеї підприємництва та соціальної відповідальності, таким чином стало альтернативним способом вирішення суспільних проблем. У науковій літературі еволюція концепції

соціального підприємництва описана вченими через кілька окремих фаз, що представлені на таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Етапи розвитку соціального підприємництва

Період	Характеристика періоду
1970-ті-1980-ті роки	Соціальне підприємництво почало набувати обрисів концепції. Приклади: Мухаммад Юнус запровадив концепцію мікрокредитування через Grameen Bank, здійснивши революцію в зусиллях щодо подолання бідності у Бангладеші, а Білл Дрейтон заснував Ashoka у 1980 році, створивши структуровану платформу для підтримки соціальних підприємців. Ashoka стала першою організацією такого масштабу, яка надавала грантове фінансування для інновацій рішень щодо вирішення актуальних суспільних проблем.
1990- ті роки	Соціальне підприємництво ознаменувалося значним зрушенням, оскільки отримало офіційне визнання та інституційну підтримку. Запуск Фонду Сколла у 1999 році забезпечив вирішальне фінансування та підвищення видимості цієї галузі.
2000-ні роки	Соціальне підприємництво перетворилося на професійну та інституціоналізовану галузь. Академічні установи почали розробляти спеціалізовані програми та дослідницькі центри, зосереджені на соціальному підприємстві. Зокрема, Оксфордський центр соціального підприємництва Сколла було засновано у 2003 році, що легітимізувало цю галузь у системі вищої освіти.
2010-ті-2020-ті роки	Інтеграція соціального підприємництва в державну політику, його еволюція в глобальних рух і здатність впливати на такі сектори як охорона здоров'я, освіта, екологічна стійкість. Цей період важливий тим, що демонструє адаптивність і гнучкість соціального підприємств до суспільних проблем, тим самим створюючи передумови до рушійних змін та інноваційної діяльності. Водночас відбувається поширення ідеї «свідомого споживацтва» і клієнти все частіше приймають рішення про покупку на основі соціальних та екологічних практик компанії.

Концептуальне підґрунтя соціального підприємництва доцільно розглядати крізь призму еволюції економічних ідей від макроекономічного регулювання добробуту до мікроекономічних ініціатив. Фундаментальний внесок у розуміння соціального добробуту зробив Артур Пігу, який обґрунтував необхідність державного втручання через податки та субсидії для коригування зовнішніх ефектів (екстерналій). За таких умов держава виступає гарантом справедливого розподілу ресурсів.[19].

Можна стверджувати, що соціальне підприємництво є наступним етапом розвитку ідеї А. Пігу, у якому фокус зміщується на мікроекономічні та ендогенні механізми. Зокрема, Грегорі Діз визначає цей феномен через призму інноваційного створення суспільної цінності. На відміну від класичного підходу Пігу, де вирішення соціальних проблем покладається на зовнішнє регулювання, Г. Діз пропонує розглядати соціального підприємця як специфічного «агента змін», що діє в умовах обмежених ресурсів, використовуючи підприємницькі інструменти для системних перетворень [20, ст. 4].

Водночас Білл Дрейтон, засновник фонду «Ашока», акцентує увагу на соціальному підприємстві як на рушійній силі системної еволюції суспільства. В одному зі своїх інтерв'ю він стверджував: «Соціальні підприємства не хочуть допомагати, вони хочуть змінити світ» [21].

Таким чином, поєднання ідей А. Пігу про добробут із концепціями Г. Діза та Б.Дрейтона дозволяє трактувати соціальне підприємництво не просто як благодійність, а як еволюційний етап розвитку ринкової економіки, у якій приватна ініціатива за підтримки державних інституцій стає головним інструментом подолання соціальних проблем.

Соціальне підприємництво — це дуже широке й багатогранне поняття, тому сьогодні не існує одного універсального та загальноприйнятого визначення. Багато дослідників, вчених та організації трактують його по різному, залежно від досвіду, цінностей та сфери діяльності. Саме тому в цій роботі ми розглядаємо

різні погляди на розуміння соціального підприємництва вчених та людей, які безпосередньо залучені до цієї сфери та мають практичний досвід у її розвитку.

Оскільки досі нема загальноприйнятого визначення даного поняття, ми розглянемо декілька дефініцій представників бізнесу, та вітчизняних і зарубіжних вчених, що представлені на таблиці 1.1

Таблиця 1.2

Визначення поняття соціального підприємництва

Автор	Визначення поняття	Джерело
Артем Корнецький	Соціальне підприємництво – бізнес, основною метою якого є не (або не тільки) прибуток, а певна суспільна цінність	[1]
Христина Федорова	Соціальне підприємництво – це різновид бізнесу, який поєднує дві мети: розв'язувати суспільні проблеми та отримувати прибуток. Тобто воно має в собі благодійний та комерційний складники	[2]
Супрун Н.А.	Соціальне підприємництво – господарська організація, основою метою якої є вирішення соціальних проблем бізнес-методами та забезпечення позитивних соціально-економічних змін у суспільстві.	[3, с. 17]
Доброва Н.В.	Соціальне підприємництво – це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем.	[4, с. 113]
Смаль В., Кокоть В.	Соціальне підприємництво – це застосування передових практик традиційного підприємництва для вирішення соціальних проблем та досягнення сталих соціальних змін.	[5, с. 4]
Сотула О. В.	Соціальне підприємництво – 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	[6, с. 2]
М.В.Матвієнко, А.К. Ковальова	Соціальне підприємництво - є особливою формою підприємництва, що поєднує економічні цілі з соціальними або екологічними метою для досягнення позитивного впливу на суспільство та навколишнє середовище.	[7, ст 95]
Борнштейн Д., Девіс С.	Соціальне підприємництво передбачає процес, за допомогою якого громадяни створюють або трансформують установи для вирішення таких соціальних проблем, як бідність, неграмотність, деградація довкілля, порушення прав людини, корупція, з метою покращення життя багатьох людей.	[5]
Мейр Дж., Марті І.	Соціальне підприємництво – широкий процес, який включає в себе комбінацію ресурсів для створення можливостей	[5]

	прискорення соціальних змін та/або задоволення соціальних потреб. Соціальне підприємництво – інноваційна модель надання продуктів та послуг, спрямованих на задоволення базових потреб, що залишилися поза увагою політичних та економічних інституцій.	
--	--	--

Джерело: Створено автором

Аналіз різних підходів показує, що соціальне підприємництво знаходиться на перетині бізнесу, метою якого є отримання прибутку та соціальної діяльності. Його сутність полягає у використанні підприємницьких механізмів для вирішення соціальних проблем і створення довготривалих суспільних змін. Незважаючи на різні формулювання, усі дослідники сходяться на тому, що ключовою ознакою соціального підприємництва є пріоритет соціальної місії над максимізацією прибутку, а фінансові результати розглядаються як інструмент забезпечення стійкого розвитку соціальних ініціатив.

На основі системного аналізу джерел, ми запропонували своє визначення даного поняття. Отже, соціальне підприємництво – це інноваційна модель бізнесу, що функціонує на перетині ринкових механізмів та суспільних інтересів, у якій економічна активність є інструментом для досягнення соціальної мети. У даному визначенні соціальне підприємництво постає як процес системної трансформації суспільних проблем у стійкі рішення через впровадження інноваційних управлінських та фінансових підходів (зокрема реінвестування результатів діяльності), що дозволяє максимізувати загальний суспільний добробут і забезпечувати сталий розвиток громади.

1.2. Характеристика, види та ознаки соціального підприємництва

Характеристику та ознаки соціального підприємництва ми розглянемо на підставі трактування соціального підприємництва Грегорі Діз, якого часто називають засновником теорії соціального підприємництва. На його погляд щоб бізнес можна було назвати соціальним, йому повинні бути притаманні 5 ознак, наведені у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Ознаки соціального підприємництва

1	Місія створення та підтримки соціальної цінності
2	Безперервний пошук та використання нових можливостей для досягнення місії;
3	Створення інновацій, їх адаптації та удосконалення;
4	Рішучість дій, активність і масштаби яких не повинні обмежуватися наявними ресурсами
5	Висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством

Джерело:[20].

Даний підхід визначає соціальне підприємництво не просто як благодійність, а як особливу форму ділової активності, де соціальна місія є головним вектором розвитку, а не додатковим елементом. Основною відмінністю від звичайного підприємництва є фокус на створенні суспільної цінності, що вимагає від підприємця безперервного пошуку інноваційних шляхів вирішення застарілих проблем. На відміну від традиційного бізнесу, соціальний підприємець проявляє особливу рішучість, діючи часто в умовах обмежених ресурсів, але при цьому зберігає високу підзвітність перед суспільством. Такий формат діяльності поєднує в собі ринкову ефективність із етичною відповідальністю, де успішність часто вимірюється масштабом позитивних змін у житті людей та громади загалом.

В контексті дослідження теоретичних засад функціонування соціального підприємництва важливо провести чітке розмежування між суто соціальною діяльністю та соціальним підприємництвом. Соціальне підприємництво за своєю природою є передусім формою господарської діяльності, яка інтегрує соціальну місію в економічну стратегію. Ключовою ознакою такої моделі є гармонійне поєднання соціальних цілей з економічною результативністю(рисунок 1.1), оскільки отримання прибутку виступає не лише як інструмент фінансової стабільності, а й як базова передумова існування суб'єкта господарювання. Тут варто акцентувати увагу на тому, що без комерційної складової та генерації доходу діяльність перетворюється на класичну благодійність або філантропію.

Таким чином, саме бізнес-модель, спрямована на самоокупність та прибутковість, дозволяє ідентифікувати соціальне підприємництво як стійку ринкову одиницю, що реалізує суспільно значущі зміни через механізми підприємницького сектору [9, с. 195].

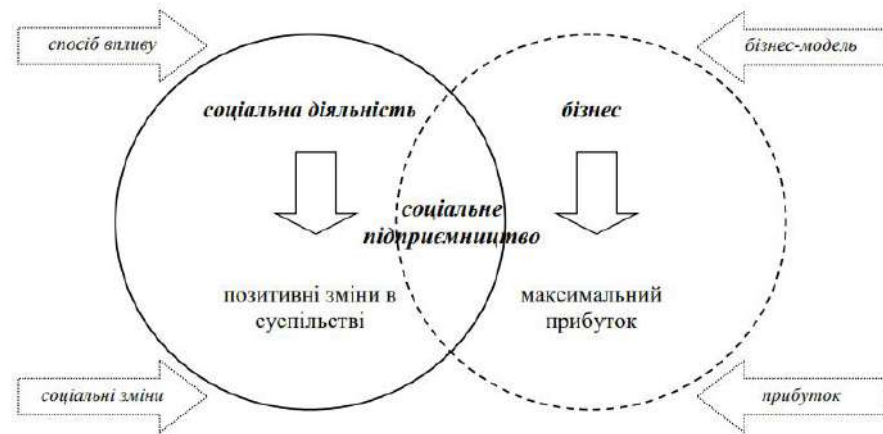


Рис.1.1 Сутність соціального підприємництва[9].

Також важливо окреслити різницю між соціальним підприємництвом та соціально-відповідальним бізнесом. У даних видах діяльності простежується певна спільність, а саме створення соціальної цінності, водночас різниться мета. Соціально-відповідальний бізнес – це бізнес, основною метою якого є отримання прибутку, при тому якась частина цього прибутку спрямовується на соціальні цілі, тобто можна стверджувати, що соціальна ціль стає додатковим елементом для бізнесу, в той час як основна ціль соціального підприємництва це вирішення певних соціально економічних проблем у суспільстві, а отримання прибутку є засобом забезпечення основної цілі, а не способом нагромадження капіталу. Також не менш важливим є те, що соціальне підприємництво – це модель на постійній основі з довгостроковими планами і спрямована на формування соціального капіталу, однак соціально-відповідальний бізнес часто обмежується короткостроковими програмами, які не діють на постійній основі [13, ст. 207].

Варто зауважити, що концепція соціального підприємництва базується на підході «Triple Bottom Line», основними складовими якого є економічний, соціальний та екологічний результат («Profit», «People» і «Planet»). Соціальне підприємництво ефективно поєднує у собі економічну, соціальну і екологічну складову, що відповідає Цілям сталого розвитку ООН. Таким чином, форма СП є інструментом реалізації цілей сталого розвитку.

На основі опрацьованих джерела варто виділити такі критерії соціального підприємництва:

- притаманні традиційному підприємництву: самоокупність та фінансова самостійність, інноваційність, масштабованість та тиражованість;
- притаманні лише соціальному підприємництву: соціальний вплив, реінвестування прибутку у розвиток соціального підприємства, прозорість діяльності та періодична публічна звітність;

Таблиця 1.4

Критерії та характеристика соціального підприємництва

Критерій	Характеристика
Соціальний вплив	Спрямованість діяльності на системне розв'язання або нівелювання існуючих суспільних проблем та орієнтація на позитивні результати цієї діяльності
Інноваційність	Необхідність пошуку інноваційних методів, прийомів, шляхів вирішення суспільних проблем для збільшення соціального впливу.
Самоокупність та фінансова самостійність	Здатність СП вирішувати суспільні проблеми і функціонувати за рахунок доходів отриманих від власної діяльності та бути незалежним від держави чи будь-якої донорської допомоги.
Масштабованість та тиражованість	Збільшення масштабу діяльності СП (на національному та міжнародному рівні) і розповсюдження досвіду (моделі) з метою збільшення соціального впливу
Реінвестування прибутку	Виступає запорукою фінансової стійкості та забезпечує безперервність реалізації соціальної місії підприємства (в теорії М. Юнуса інтерпретується як бездивідендність)

Прозорість діяльності та періодична публічна звітність	Регулярне оприлюднення результатів соціального впливу як демонстрація і підтвердження того, що діяльність соціального підприємства справді створює соціальну цінність та покликана вирішувати соціальні проблеми.
--	---

Джерело: систематизовано автором на основі опрацьованих джерел

Говорячи про основні види соціальних підприємств, по суті форми їх діяльності, В. Смаль та В. Кокоть пропонують таку класифікацію:

- соціально-економічна інтеграція вразливих груп населення;
- соціальні послуги загального призначення (наприклад, довгостроковий догляд за людьми похилого віку та за людьми з інвалідністю, освітні послуги та догляд за дітьми; послуги з пошуку роботи та професійної перепідготовки; забезпечення соціального житла; медичне обслуговування);
- інші громадські послуги, такі як громадський транспорт, утримання громадських місць тощо;
- зміцнення демократії, громадянських прав;
- природоохоронна діяльність (скорочення викидів і відходів, запровадження відновлюваних джерел енергії);
- практична солідарність із країнами, що розвиваються (скажімо, заохочення справедливої торгівлі) [5, ст. 18].

Аналізуючи запропоновану В. Смаль та В. Кокотем класифікацію, слід зауважити, що найбільш розповсюдженою та практично реалізованою формою в сучасних економічних умовах є соціально-економічна інтеграція вразливих груп населення, яка спрямована на подолання бар'єрів у працевлаштуванні та соціальну адаптацію осіб, що потребують особливої підтримки.

На основі узагальнення сучасних науково-практичних підходів до типізації соціального підприємництва, доцільно виділити фундаментальні бізнес-моделей, які забезпечують стійкі соціальні зміни: [9].

1. Entrepreneur Support Model (модель підтримки підприємців на старті). Спрямована на консалтинговий супровід (юридичний, маркетинговий, фінансовий) новостворених суб'єктів підприємництва, у якому задіяні представниками вразливих груп населення. Головна мета полягає у розширенні доступу до ринків збуту та зниженні бар'єрів входу для таких підприємців.
2. Market Intermediary Model (модель посередника). СП сприяє та допомагає дрібним підприємствам, які представлені вразливими групами населення реалізовувати, рекламувати, продавати продукцію.
3. Employment Model (модель працевлаштування). Така модель СП передбачає забезпечення працевлаштування людей із вразливих груп населення, здійснення та проведення навчання. Специфіка операційних процесів підбирається відповідно до інклюзивних можливостей працівників, а робочий простір модернізується із залученням фахівців із супроводу (психологів, менторів) задля їхньої повної соціальної реабілітації через працю.
4. Service Subsidization Model (Модель субсидіювання). Характеризується реалізацією товарів чи послуг на конкурентних комерційних ринках з метою спрямування отриманого прибутку чи його частини на фінансування та зниження вартості соціальних сервісів для незахищених категорій громадян.
5. Fee-For-Service Model (модель платних послуг). СП здійснює продаж платних соціальних послуг представникам вразливих груп населення, громадам чи іншим компаніям, які зацікавлені у вирішенні суспільних проблем.
6. Market Linkage Model (модель зв'язку з ринком). СП зв'язує потенційний покупців з дрібними виробниками, що належать до вразливих груп населення для збільшення їх продажів та вихід на нові сегменти чи ринки.
7. Organizational Support Model (модель організаційної підтримки). Чистий прибуток від суто ринкової діяльності підприємства повністю

акумулюється для фінансування операційних витрат та благодійних програм партнерських некомерційних організацій (фондів, асоціацій).

Отже, диверсифікація бізнес-моделей свідчить про гнучкість соціального підприємництва як інноваційної форми бізнесу та її здатність адаптуватися до різноманітних соціально-економічних викликів.

1.3. Критерії інноваційності соціального підприємництва

Дослідження критеріїв інноваційності соціального підприємництва дозволяє розкрити його унікальну природу як гібридної форми бізнесу, що генерує якісно нові рішення для вирішення суспільних проблем в умовах сучасного ринку.

Теоретичне осмислення феномену інновацій розпочалося з праці Й. Шумпетера «Теорія економічного розвитку». За визначенням Й. Шумпетера, інновація – це нова комбінація виробничих факторів, мотивована підприємницьким духом. Й.Шумпетер розглядав підприємництво як процес творчого руйнування, в основі якого лежить здійснення нових комбінацій, від створення нового продукту до освоєння нових ринків, що фактично означає витіснення старих методів виробництва новими, більш ефективними [16].

За визначенням П.Друкера, «інноваційна діяльність – це особливий інструмент, який би дозволив підприємцю використовувати зміни і перетворювати їх на нові можливості для, наприклад, відкриття нового бізнесу або надання нових послуг» [17].

Хоча класичні концепції Й. Шумпетера та П. Друкера були розроблені для аналізу ринкової економіки, у контексті соціального підприємництва вони набувають особливого значення. Якщо для традиційного бізнесу інновація є способом отримання прибутку, то для соціального підприємця вона стає життєво необхідним інструментом подолання системних суспільних проблем.

Щодо типології інновацій у сфері СП, то К. Смаглій запропонувала 7 типів інновацій, скомбінувавши 5 типів інновацій для соціальних підприємств – за Й. Шумпетером і 2 за Г. Дізом:

1. Створення нових продуктів чи послуг, які на ринку до цього не існували.
2. Доставка на ринок уже відомих товарів чи послуг за нижчою ціною.
3. Доставка вже відомих продуктів і послуг на нові ринки, представлені малозабезпеченими споживачами.
4. Використання праці вразливих груп населення для виготовлення вже відомих товарів чи послуг.
5. Створення дочірніх підприємств бізнес-компаніями для реінвестування їх надходжень у соціальні цілі.
6. Розробка і втілення нових шляхів залучення споживачів відомих товарів чи послуг до активної соціальної роботи.
7. Розробка нових моделей генерування прибутку від продажу давно відомих товарів чи послуг для забезпечення постійних фінансових надходжень та їх спрямування на реалізацію певних соціальних програм [18].

Отже, проаналізувавши дану типологію інновацій, можна зробити висновок, що інновації у соціальному підприємстві передбачають не обов'язково передові технології господарювання, а такі рішення соціальними підприємствами, які можуть привести до вирішення певної соціальної чи екологічної проблеми, формування нових цінностей, використання креативних та нестандартних методів подолання системних суспільних викликів. Тобто інновації у соціальному підприємстві налаштовані на досягнення максимального суспільного ефекту.

Щоб продемонструвати інноваційність соціального підприємства, пропонуємо розглянути, яким чином соціальне підприємство впроваджує інновації на основі 5 типів інновацій Шумпетера, що включають новий продукт,

новий метод виробництва, новий ринок, нове джерело сировини та нова організаційна структура [16].

Таблиця 1.5

Впровадження інновацій соціальним підприємництвом

Тип інновації	Впровадження соціальним підприємництвом даного типу інновації
Введення або нового продукту, невідомого споживачам, або нового виду продукту (споживча новизна)	СП дозволяє створювати принципово нові товари чи послуги, які безпосередньо спрямовані на задоволення базових потреб вразливих груп, що залишилися поза увагою традиційного бізнесу та держави.
Впровадження нового методу виробництва	СП передбачає інтеграцію у бізнес-модель креативних або інклюзивних технологій, де виробничий процес адаптується під можливості працівників із фізичними чи ментальними порушеннями.
Відкриття нового ринку, на якому дана галузь не була представлена раніше	СП орієнтується на незадоволений попит вразливих категорій населення або географічно ізольованих громад, куди звичайний комерційний бізнес не заходить через низьку рентабельність та високі ризики для бізнесу.
Відкриття нового джерела сировини	СП, керуючись принципами сталого розвитку, впроваджує екологічний підхід та концепцію безвідходного виробництва, повертаючи в економічний обіг ресурси, які раніше вважалися відходами чи сміттям.
Впровадження нової організаційної структури	СП передбачає створення нових юридичних форм завдяки тому, що поєднує в собі економічну і соціальну складову. В такій формі отриманий прибуток частково або повністю блокується і реінвестується у сталість соціальної місії.

Джерело: створено автором

Підсумовуючи, варто зауважити, що фактор інноваційності відіграє надзвичайно важливу роль у соціальному підприємництві:

- По-перше, запровадження інновацій по суті є умовою виживання на ринку задля реалізації соціальних цілей. Якщо соціальне підприємництво не використовуватиме інноваційні шляхи вирішення проблем, це може безпосередньо загрожувати його прибутковості, відтак і реалізації його соціальних цілей та його суті існування загалом.
- По-друге, соціальне підприємництво завдяки інноваціям фактично заповнює ті прогалини ринку, з якими нездатний впоратися традиційний бізнес. Традиційний бізнес ігнорує певні проблеми, оскільки вони не приносять прибутку. Власне тому соціальне підприємництво використовує інноваційні моделі і трансформує суспільні виклики у життєздатні проєкти.
- По-третє, фактор інноваційності забезпечує масштабованість соціального ефекту. На відміну від одноразової філантропії, інноваційна модель соціального підприємництва розрахована на самовідтворення. Використання нових технологій або методів управління дозволяє поширювати успішний досвід на інші регіони, міста чи галузі.
- По-четверте, соціальні інновації трансформують інституційне середовище. Діяльність соціальних підприємств не обмежується вирішенням локальних завдань, а сприяє зміні застарілих соціальних норм та стандартів. Через впровадження нових моделей соціальне підприємництво формує нові алгоритми суспільних відносин, що приводить до модернізації соціальної інфраструктури держави загалом.

Висновки до розділу I

Теоретичний аналіз засвідчує, що соціальне підприємництво є специфічною моделлю діяльності, яка виникла як відповідь на неспроможність традиційних ринкових та державних механізмів самотійно подолати системні суспільні виклики. Хоча перші приклади і характерні риси соціального

підприємництва проявлялися ще дуже давно, але як самостійна концепція СП сформувалася у 1980-х роках.

В розділі було розглянуто основну різницю між соціальним підприємництвом та соціальною відповідальністю і благодійністю, основні ознаки та критерії соціального підприємництва, його види та соціально-економічну роль.

Головна особливість соціального підприємництва — це пріоритет соціальної місії: прибуток тут є не кінцевою метою, а лише засобом для вирішення конкретних проблем громади чи екології. Даний вид бізнесу заповнює ті ніші, де державні механізми або звичайний ринок виявляються неефективними.

Важливим рушієм моделі соціального підприємництва є орієнтація на інновації. Через пошук нестандартних інноваційних рішень та нових підходів соціальні підприємці налаштовані на досягнення максимальної суспільної цінності для вразливих верств населення, сприяють економічному зростанню, створюючи робочі місця та зменшуючи навантаження на державний бюджет. Таким чином, воно є інструментом сталого розвитку, який поєднує фінансову стабільність із користю для суспільства.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИТЦВА

2.1. Аналіз та тенденції розвитку соціального підприємництва у Німеччині

Сьогодні соціальне підприємництво вийшло за межі суто громадської активності, утвердившись як вагомий суб'єкт глобального ринку та ключовий інструмент досягнення Цілей сталого розвитку ООН. Завдяки здатності до масштабування та інновацій, цей сектор демонструє значний економічний потенціал, стаючи повноправною галуззю світової економіки, що формує нові стандарти відповідального лідерства.

Підтвердженням даної тези став звіт «Стан соціального підприємництва: огляд глобальних даних за 2013–2023 роки», оприлюднений у 2024 році Глобальним альянсом соціального підприємництва Фонду Шваба, що представляє ґрунтовний аналіз розвитку галузі за останнє десятиліття. Документ базується на статистиці з понад 80 країн світу та спрямований на роз'яснення значущості цього сектору для світової економіки. Основна місія звіту — продемонструвати державним діячам та керівникам корпорацій вагомий, проте часто ігнорований вплив соціального бізнесу на формування глобального ВВП, рівень зайнятості та реалізацію Цілей сталого розвитку ООН [22].

Згідно з узагальненими світовими даними, що представлені у цьому звіті, сектор соціального підприємництва налічує близько 10 млн суб'єктів, чий сукупний внесок у глобальну економіку сягає 2 трлн доларів щорічного доходу. Крім значного економічного впливу та створення майже 200 млн робочих місць, цей сегмент демонструє високі показники інклюзивності. Загалом соціальний бізнес становить понад 3% усіх компаній у світі та забезпечує близько 2% світового ВВП. Це більше за обсяг світової індустрії одягу або реклами[22]. Глобальна статистика підтверджує, що сучасне соціальне підприємництво є прогресивним та повноправним суб'єктом глобального ринку, який успішно доводить можливість гармонійного та ефективного поєднання високої ринкової конкурентоспроможності із виконанням масштабної суспільної місії.

Окрім того, у сфері соціального бізнесу жінки обіймають керівні посади у 50% організацій, що у два з половиною рази перевищує аналогічний показник у традиційному корпоративному секторі [22]. Проблема гендерної рівності та забезпечення рівних можливостей на ринку праці залишається надзвичайно актуальною для сучасної глобальної економіки. Підтвердженням даної тези є науковий доробок американської економістки Клавдії Голдін, яка дослідила існування і причини цього розриву протягом останніх 200 років та отримала за це Нобелівську премію у галузі економіки. Це прямо підтверджує ще одну важливу місію соціального підприємництва – сприяння гендерній рівності, інклюзивності та рівному доступу до ринку праці незалежно від статті.

Для дослідження міжнародного досвіду соціального підприємництва було обрано Німеччину та Велику Британію як ключових гравців європейського ринку соціальної економіки.

Концепція соціального підприємництва має в Німеччині давню традицію. Ще в середині XIX століття із заснуванням перших кооперативів принципи самодопомоги та господарювання задля суспільного блага увійшли в економіку та суспільство. Історично цей рух розвивався завдяки ініціативам Фрідріха Вільгельма Райффайзена та Германа Шульце-Деліча, які створили перші кредитні та споживчі кооперативи для підтримки бідних верств населення, що заклало тривалі традиції солідарності та самоорганізації. Упродовж XX століття ці ініціативи інтегрувалися у специфічну німецьку модель соціальної ринкової економіки, у якій вагому роль відігравали великі асоціації соціального забезпечення (Wohlfahrtsverbände) [47].

Соціального підприємництва значно виросла за останні роки, це підтверджують дані дослідження Німецького моніторингу (DSEM). Якщо 15 років тому сектор перебував ще на початковій стадії, то сьогодні перші соціальні підприємства вже міцно закріпилися на ринку і вийшли зі стадії стартапу. Згідно з даними, 34,95% (більше третини) опитаних компаній були засновані до 2015 року і, таким чином, активні вже понад десять років [23]. Такий показник

тривалості діяльності свідчить про довговічність і стійкість цієї моделі бізнесу та її здатність ефективно працювати та адаптуватися до економічних змін.

Станом на 2020 рік у Німеччині налічується близько 100 тис. соціальних підприємств, на яких зайнято понад 2,5 млн працівників[24].

Варто зауважити, що у Німеччині соціальне підприємництво не має певної визначеної юридичної форми, закріпленої в нормативно-правовій базі. Соціальні підприємства у Німеччині працюють у організаційно-правових формах кооперативів (Genossenschaften), фондів (Stiftungen), асоціацій (Vereinen), товариств із обмеженою відповідальністю (GmbHs) [25].

Оскільки соціальні підприємства обирають існуючі юридичні форми, базовими документами є: Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) – Цивільний кодекс Німеччини – основний закон Німеччини, який регулює цивільні правовідносини. Він виступає фундаментальною правовою базою для соціального підприємництва, оскільки він регламентує створення та функціонування найбільш поширених комерційних і некомерційних юридичних форм [26].

У площині корпоративного регулювання ключове місце займає Закон про товариства з обмеженою відповідальністю (GmbHG). На сьогодні форма ТОВ є найпопулярнішою серед німецьких соціальних підприємців. Особливої уваги заслуговує її специфічний підвид gGmbH (gemeinnützige GmbH – некомерційне ТОВ).

Паралельно з цим, важливим інструментом реалізації соціальних ініціатив є Закон про кооперативи (GenG). Кооперативна форма (eG) традиційно базується на засадах самодопомоги та демократичного управління, де право голосу не залежить від обсягу капіталу. Після законодавчої реформи 2006 року, яка офіційно дозволила кооперативам переслідувати не лише економічні, а й соціальні та культурні цілі, ця модель набула нового значення [27, 28].

Окрім Цивільного кодексу на формування умов щодо діяльності і створення соціального підприємництва впливають Податкове та Соціальне законодавство.

Ключовим елементом фіскального регулювання соціального підприємництва в Німеччині виступає Податковий кодекс (Abgabenordnung, АО), який через інститут суспільної корисності (Gemeinnützigkeit) визначає правовий статус та обсяг преференцій для таких суб'єктів. Отримання цього статусу дозволяє організаціям використовувати значні податкові привілеї, зокрема право на збір пожертв, що звільняються від оподаткування у донорів. Згідно з нормами АО (§§ 51-68), суспільно корисні підприємства звільняються від сплати податку на прибуток корпорацій та місцевого податку на підприємницьку діяльність, якщо вона безпосередньо підтримує їхню соціальну місію. Щодо податку на додану вартість (ПДВ), то замість стандартної ставки 19% такі організації мають право застосовувати знижену ставку у розмірі 7%. [27, 29].

Водночас податкове законодавство накладає суворі обмеження: статус суспільної корисності вимагає безкорисливого використання коштів, забороняє накопичення активів понад встановлені межі та зобов'язує витратити весь надлишок протягом двох років виключно на статутні цілі. Слід зазначити, що податкові пільги не поширюються на непрямі витрати на оплату праці; у питаннях найму працівників та сплати соціальних внесків соціальні підприємства зобов'язані дотримуватися загальних норм законодавства на рівні зі звичайними комерційними структурами [27].

Вирішальний вплив на операційну діяльність соціальних підприємств має Соціальний кодекс Німеччини (Sozialgesetzbuch – SGB), який виступає головним регулятором ринку соціальних послуг. Кодекс не лише покладає на державні органи обов'язок забезпечувати населення критично важливими послугами, а й закріплює фундаментальний принцип субсидіарності, згідно з яким соціальні підприємства та благодійні організації мають пріоритет перед державними структурами у наданні такої допомоги [27,30].

Згідно з дослідженням DSEM, соціальні підприємства у Німеччині представлені практично є у всіх галузях діяльності, але найбільше найчастіше – у сфері освіти, в охороні здоров'я та соціальній сфері, а також у сфері інформації та комунікації та професійній, науковій та технічній діяльності (рис. 2.1). Можна простежити, що здебільшого соціальні підприємства є у тих галузях, які не потребують великих капіталовкладень при створенні (освіта, охорона здоров'я, наукова діяльність, натомість капіталомісткі сфери, такі як будівництво чи добувна промисловість, залишаються для них нетиповими. Окрім того, розподіл по галузях також чітко демонструє, що діяльність соціальних підприємств у сенсі громадянської активності зазвичай спрямована на вирішення соціальних проблем, а не на високоприбуткові галузі економіки. Це власне підтверджує, що основна мета соціальних підприємств – це зосередження зусиль на подоланні суспільних викликів, а не на максимізації прибутку.

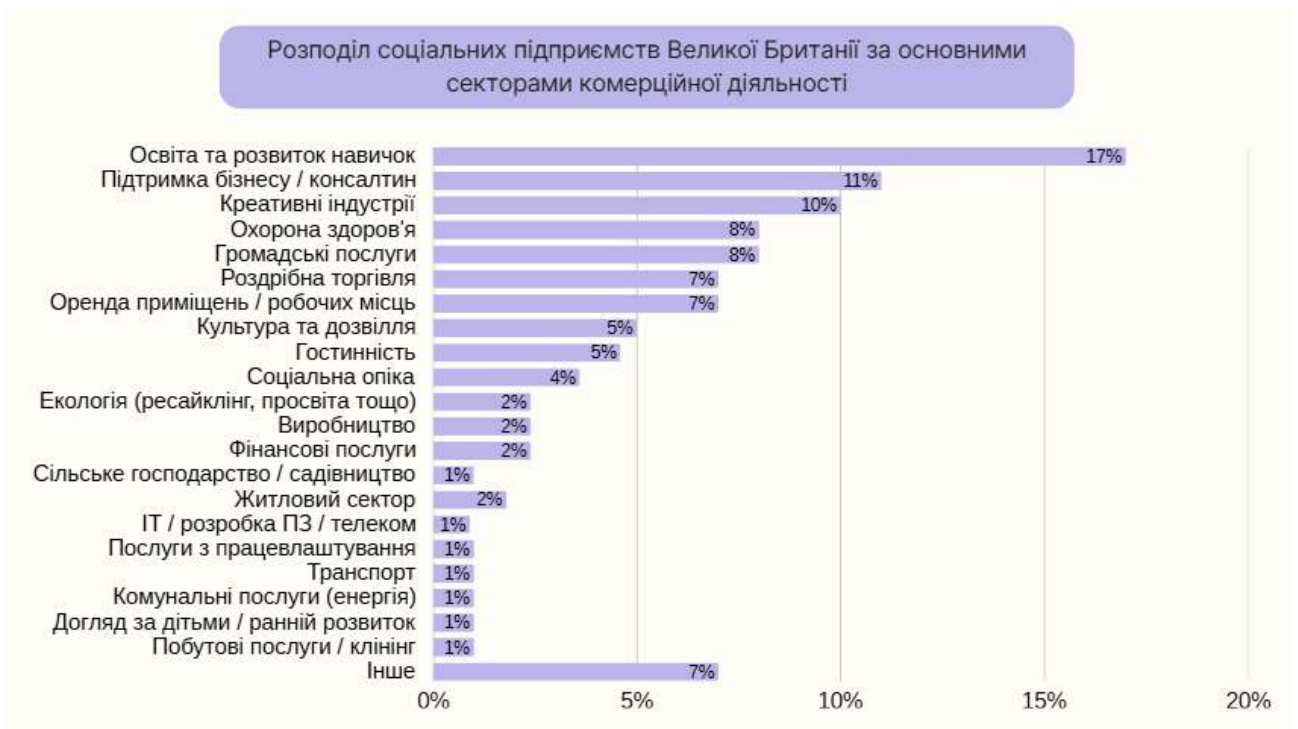


Рис.2.1 Розподіл соціальних підприємств за галузями діяльності у Німеччині

Джерело: створено автором на основі [23]

Як рушії соціальних інновацій, соціальні підприємства відіграють ключову роль у реалізації глобальних Цілей сталого розвитку. Згідно з даними дослідження DSEM, понад 90% соціальних підприємств-учасників роблять внесок у

досягнення більше ніж однієї ЦСР. Тому аналіз впливу пріоритетних цілей впливу німецьких соціальних підприємств поданий крізь призму Цілей сталого розвитку(рис.2.2). Найбільша концентрація зусиль німецьких соціальних підприємств спрямована на подолання системних суспільних викликів. Зокрема, понад половина опитаних фокусується на мінімізації соціальної нерівності та забезпеченні доступу до якісних знань. Це вкотре демонструє інклюзивність моделі соціального підприємництва і забезпечення рівних можливостей для всіх громадян. Вагому роль відіграє турбота про фізичне та ментальне здоров'я населення, а також сприяння забезпеченню громадян гідною працею, що є важливим для професійної інтеграції вразливих груп населення.



Рис.2.2 Пріоритетні цілі впливу соціальних підприємств у Німеччині

Джерело: створено автором на основі [23]

Аналіз структури отримувачів впливу німецьких соціальних підприємств свідчить про їхню глибоку орієнтацію на підтримку найбільш вразливих категорій громадян та розвиток людського потенціалу країни. Центральне місце в діяльності сектору посідають діти та молодь, а також жінки та дівчата, що підкреслює стратегічний фокус підприємців на формуванні майбутнього суспільства та подоланні гендерної нерівності. Вагомий сегмент роботи

спрямований на інклюзію осіб з міграційним досвідом, біженців та людей, які стикаються з етнічною чи релігійною дискримінацією, що відображає активну роль соціального бізнесу у процесах інтеграції. Окрім цього, значна частина підприємств фокусується на допомозі людям у стані фінансової незахищеності, зокрема бідності та боргів, а також на підтримці осіб із ментальними та фізичними порушеннями. Загалом результати демонструють надзвичайну різноманітність цільових груп осіб, що підтверджує мультифункціональну природу соціального підприємництва в Німеччині як ефективного інструменту зміцнення суспільного добробуту.



Рис.2.3 Основні цільові групи, для яких соціальні підприємства у Німеччині створюють продукти, надають послуги або переваги

Джерело: створено автором на основі [23]

Варто звернути увагу на суттєву відмінність у розумінні цільових аудиторій соціального бізнесу. В українській практиці поняття «вразливі категорії населення» у контексті соціального підприємництва традиційно звужується переважно до людей з інвалідністю. Натомість у Німеччині підтримку та інтеграцію цієї групи осіб майже повністю бере на себе держава завдяки високорозвиненій соціальній економіці та потужній системі охорони здоров'я. Це

дозволяє місцевим соціальним підприємствам фокусуватися на інших актуальних суспільних викликах, тоді як в Україні соціальний бізнес змушений виконувати функції, з якими наразі не справляється державна система.

Також варто зауважити, що близько 62% соціальних підприємств Німеччини вже вимірюють свій соціальний або екологічний вплив, що свідчить про високий рівень усвідомлення важливості імпакт-менеджменту. При цьому 23,7% опитаних роблять це на постійній основі, а ще майже 30% планують впровадити таку практику найближчим часом. Цей інструмент є важливим елементом моделі соціального бізнесу, оскільки дозволяє не просто фіксувати фінансові результати, а системно оцінювати, керувати та максимізувати реальну суспільну цінність, яку створює компанія. Попри позитивну динаміку, основними перешкодами для систематизації цього процесу залишаються брак спеціалізованих знань та висока складність існуючої методології оцінки [23].

Зараз процеси цифровізації суттєво трансформували сектор соціального бізнесу Німеччини, де штучний інтелект та машинне навчання стали найбільш релевантними технологіями для впровадження інновацій. На сьогодні 32,8% опитаних соціальних підприємств уже використовують ШІ у своїх бізнес-моделях або моделях впливу, а ще 27,7% планують інтегрувати ці інструменти у найближчому майбутньому[23].

Німеччина створила сприятливе та структуроване середовище для розвитку соціального підприємництва, поєднуючи багаторічні традиції кооперативного руху з сучасними інструментами державної підтримки. Важливу роль у цій екосистемі відіграє KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau) – державний банк розвитку, який є головним інструментом фінансування сектора з 2012 року. Основним інструментом підтримки є пільгове кредитування, зокрема програма ERP Start-up Loan – StartGeld, де банк бере на себе до 80% кредитних ризиків, значно полегшуючи стартапам доступ до капіталу[27].

Важливим елементом інституційної підтримки соціального сектора в Німеччині є Мережа соціального підприємництва Німеччини (Social

Entrepreneurship Netzwerk Deutschland – SEND), заснована у 2017 році. Організація виникла як відповідь на відсутність єдиної федеральної структури для управління цією сферою та потребу в консолідації зусиль соціальних стартапів, які стикалися з браком політичної обізнаності та складними адміністративними процедурами при отриманні державних грантів. Сьогодні SEND об'єднує понад 700 членів, виконуючи роль національного адвоката інтересів сектора у діалозі з політиками та міністерствами на федеральному та субнаціональному рівнях. Основними напрямками діяльності мережі є професіоналізація екосистеми, створення інноваційних фінансових інструментів та підвищення видимості соціальних ініціатив через масштабні дослідження одним із яких є власне Німецький моніторинг соціального підприємництва DSEM [31].

Окреме місце в системі підтримки соціальних інновацій у Німеччині посідає організація Social Impact gGmbH, яка є провідним експертом та драйвером розвитку соціального підприємництва. У 2011 році Social Impact запровадив Social Impact Lab програму – спеціалізованих інкубаторів та акселераторів (розташованих у Берліні, Гамбурзі, Франкфурті та інших містах), які забезпечують комплексну підтримку соціальних стартапів на ранніх етапах розвитку. Суть діяльності цих лабораторій полягає у наданні інклюзивного середовища для професіоналізації ідей: від надання коворкінгів та консультаційних послуг до впровадження стипендіальних програм, таких як Social Impact Start. Завдяки їхній діяльності соціальне підприємництво в Німеччині трансформувалося з розрізнених ініціатив у професійну галузь із високим рівнем виживання стартапів та чіткими механізмами вимірювання соціального впливу [27].

Важливою складовою підтримки соціального підприємництва в Німеччині є його інтеграція в освітню систему та академічне середовище. Державні університети та заклади при організаціях соціального забезпечення пропонують спеціалізовані програми з менеджменту в соціальному секторі та управлінні "третім сектором". Знаковим кейсом стала заснована у 2010 році спільна

ініціатива чотирьох мюнхенських університетів – Академія соціального підприємництва (Social Entrepreneurship Akademie), яка забезпечує комплексну підготовку кадрів через різноманітні курси, що включають як короткострокові інтенсиви, так і дворічні сертифіковані програми[33].

Важливою віхою у державній політиці Німеччини стало прийняття у вересні 2023 року Національної стратегії соціальних інновацій та соціальних підприємств (National Strategy for Social Innovations and Social Enterprises). Цей документ, розроблений спільно Федеральним міністерством економіки та захисту клімату (BMWK) і Федеральним міністерством освіти та наукових досліджень (BMBF). Найбільший акцент у даній стратегії зроблено на визнанні соціальних інновацій рівноцінними технологічним, а також на намірі уряду створити правову базу, яка б краще відповідала особливостям підприємств, орієнтованих на суспільне благо, а не лише на прибуток [32].

2.2. Аналіз та тенденції розвитку соціального підприємництва у Великій Британії

Історична генеза британського соціального підприємництва має глибоке й неоднорідне коріння, сформоване на перетині філантропічних традицій, кооперативного руху та культури соціально відповідального бізнесу. Найдавніші передумови зародження сектору фіксуються ще в XVII ст. у вигляді благодійних ініціатив із трудової інтеграції бідних, які згодом, у XIX ст., трансформувалися у вікторіанську філантропію та робітничі кооперативи (зокрема, Рочдейльський споживчий кооператив 1840-х років). У другій половині XX століття генеза сектору доповнилася впровадженням концепції Справедливої торгівлі (Fair Trade) міжнародними благодійними організаціями у 1950-х роках, а також активним розвитком руху «громадського бізнесу» (community business) у Шотландії та інших регіонах як відповідь локальних спільнот на тогочасні соціально-економічні виклики. Інституціоналізація соціального підприємництва відбулася наприкінці 1990-х років із приходом до влади уряду «Нового

лейборизму», який через упровадження концепції «третього шляху» та діяльність організації Social Enterprise London (1997 р.) інтегрував соціальне підприємництво в державну політику реформування публічних послуг [35].

На сьогодні Велика Британія вважається одним із найбільш розвинених ринків соціального підприємництва у світі. Згідно з останніми статистичними даними, у Британії налічується близько 131 000 соціальних підприємств, які працевлаштовують близько 2,3 млн осіб. Сукупний оборот становить 78 млрд фунтів стерлінгів, що еквівалентно близько 3,4% ВВП країни. Окрім того, соціальні підприємства реінвестують близько 1 млрд фунтів стерлінгів на рік прибутку у свої життєво важливі місії [34].

Згідно з опитуванням SEUK (2017a), 25% соціальних підприємств працюють від 0 до 3 років, 14% – від 4 до 5 років, 22% – від 6 до 10 років, а 40% – понад 10 років. Це ще раз підтверджує стійкість та життєздатність даної моделі, яка націлена на сталий розвиток [36].

Сучасна нормативно-правова база Великої Британії характеризується відсутністю єдиного обов'язкового юридичного статусу для соціального бізнесу, що дозволяє суб'єктам обирати найбільш підходящу для них структуру серед широкого спектра організаційно-правових форм. Зокрема, соціальні підприємства можуть функціонувати як компанії з обмеженою відповідальністю за гарантією (CLG) або акціями (CLS), благодійні організації (CIO), корпоративні товариства (IPS), а також як товариства суспільної вигоди (BenCom). Разом із тим, з метою чіткої ідентифікації сектору та сприяння його розвитку, британським законодавством у 2005 році було запроваджено спеціалізовану форму – Компанію суспільного інтересу (Community Interest Company – CIC). Ця форма, регульована Законом про компанії 2004 року, була розроблена спеціально для підприємств, які прагнуть використовувати свої активи та прибутки виключно заради суспільного блага, що забезпечується законодавчим механізмом «блокування активів» (asset lock) та обов'язковим звітуванням перед спеціальним Регулятором CIC. Механізм блокування активів передбачає, що активи CIC можуть бути використані виключно для досягнення

її соціальних цілей, а у разі припинення діяльності компанії вони можуть бути передані лише організації, яка так само орієнтована на досягнення соціального ефекту [36].



Рис.2.4 Розподіл соціальних підприємств за юридичними формами у Великій Британії у 2025 році

Джерело: створено автором на основі[37].

На сьогодні найбільш поширеною формою є компанії саме компанії суспільного інтересу. Якщо у 2021 році таких компаній було близько 38%, то станом на 2025 рік їхня частка складає 52% (рисунок 2.4). Домінування компаній суспільного інтересу (CIC) серед інших юридичних форм і їх збільшення доводить, що ця форма є найбільш оптимальною та створює сприятливі умови для довгострокового розвитку об'єктів соціального підприємництва в останні роки.

Важливим етапом у зміцненні правового статусу сектора став Закон про державні послуги (соціальну цінність) (Public Service (Social Value) Act), 2012 року, який офіційно набрав чинності у 2013 році. Цей закон зобов'язує державні органи на етапі підготовки до закупівель розглядати, яким чином замовлення послуг може покращити економічне, соціальне та екологічне благополуччя

відповідного регіону. Основне значення акту полягає в тому, що він надав офіційний дозвіл та стимул замовникам враховувати внесок у соціальну цінність під час тендерного процесу поряд із показниками окупності та фінансової ефективності, що значно розширило можливості соціальних підприємств у отриманні державних контрактів [36,39].

Важливим фінансовим інструментом підтримки сектору стало запровадження у 2014 році Схеми податкових пільг на соціальні інвестиції (Social Investment Tax Relief, SITR), спрямованої на стимулювання приватного капіталу в соціально значущі проекти. Згідно з цією ініціативою, приватні інвестори, які надають фінансову підтримку благодійним організаціям, компаніям суспільного інтересу (CIC) або товариствам суспільної вигоди, отримують право вирахувати 30% вартості своєї інвестиції з податку на прибуток. Такий законодавчий крок не лише спростив доступ соціальних підприємств до альтернативного фінансування, а й офіційно визнав їх інвестиційно привабливим суб'єктом, що сприяє зменшенню його залежності від прямих державних грантів [36,38]

Згідно із даними звіту «State of Social Enterprise Report UK» за 2025 р., британські соціальні підприємства демонструють високу адаптивність, концентруючи зусилля в секторах, де традиційні ринкові механізми не здатні повноцінно задовольнити потреби суспільства. Найбільша частка організацій задіяна у сфері освіти та розвитку навичок, бізнес-консалтингу та охороні здоров'я. (рис. 2.5) Останні дані фіксують значне скорочення присутності сектору в роздрібній торгівлі за останні 4 роки – з 14% до 7%, натомість відбулось збільшення сектору освіти та розвиток навичок з 14 до 17%. Галузева динаміка підтверджує орієнтацію соціальних підприємств Великої Британії на надання освітніх, соціальних та суспільно корисних послуг.

Варто зауважити, що Велика Британія активно масштабує потенціал соціального бізнесу не лише у традиційно інклюзивних чи соціально-побутових сферах, а й у креативних індустріях. Це свідчить про спроможність сектору

інтегрувати культурний та творчий капітал громади у дієвий інструмент вирішення суспільних завдань.

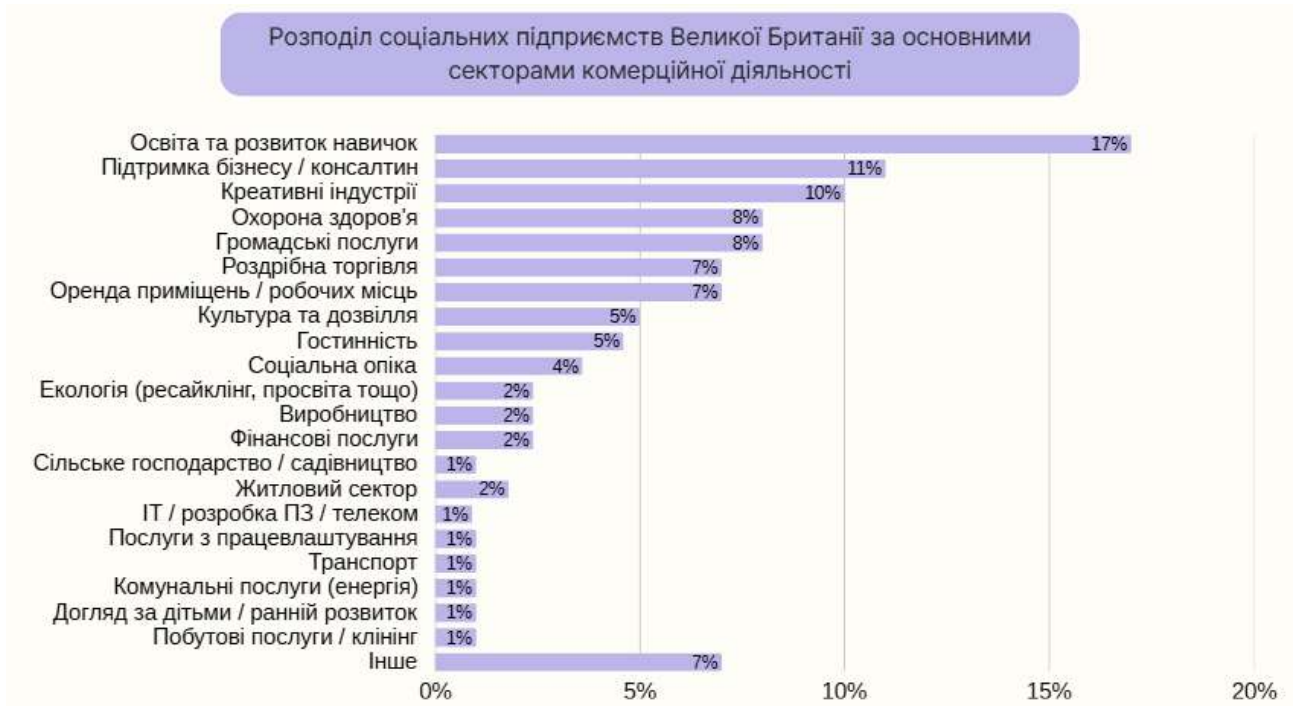


Рис.2.5 Розподіл соціальних підприємств Великої Британії за основними секторами торговельної діяльності у 2025 році

Джерело: створено автором на основі [37]

Аналіз даних свідчить, що ключовими векторами діяльності соціальних підприємств у Великій Британії є гуманітарна підтримка та турбота про психологічний стан населення, оскільки найчастіше декларованими цілями є допомога вразливим верствам та покращення ментального здоров'я і добробуту. Останнє мало тенденцію до збільшення протягом останнього року: якщо у 2024 частка підприємств, які сприяли покращенню ментального здоров'я була 35%, то у 2025 – 42%. Важливе значення також має локальний розвиток і зміцнення самого сектору, що виражається у прагненні приносити вигоду конкретній місцевості та підтримувати інші соціальні ініціативи й організації. Також велика частка соціальних підприємств орієнтується на покращення фізичного здоров'я, подолання соціальної ізоляції та гендерну та рівність.



Рис.2.6 Основні соціальні і екологічні цілі соціальних підприємств у Великій Британії

Джерело: створено автором на основі [37]

Згідно зі даними звіту «State of Social Enterprise Report UK» від 2025 року сучасний соціальний бізнес Великої Британії перетворився на потужну опору суспільства, зосереджуючи основні ресурси на підтримці дітей і молоді та зміцненні місцевих громад. Особливу роль у діяльності підприємств відіграє сфера ментального здоров'я та інклюзія осіб із порушеннями навчання, що вказує на глибоку залученість сектору у вирішення актуальних психосоціальних проблем. Окрім того, важливо уважити, що стратегічний підхід соціального підприємництва базується на ідеї економічної самостійності: замість простої допомоги вони створюють робочі місця для людей з інвалідністю, ментальними порушеннями, представників, які страждають від етнічної дискримінації тощо. Це дозволяє не лише підтримувати вразливі верстви, а й приносити реальну вигоду державі, перетворюючи отримувачів соціальних пільг на активних платників податків.

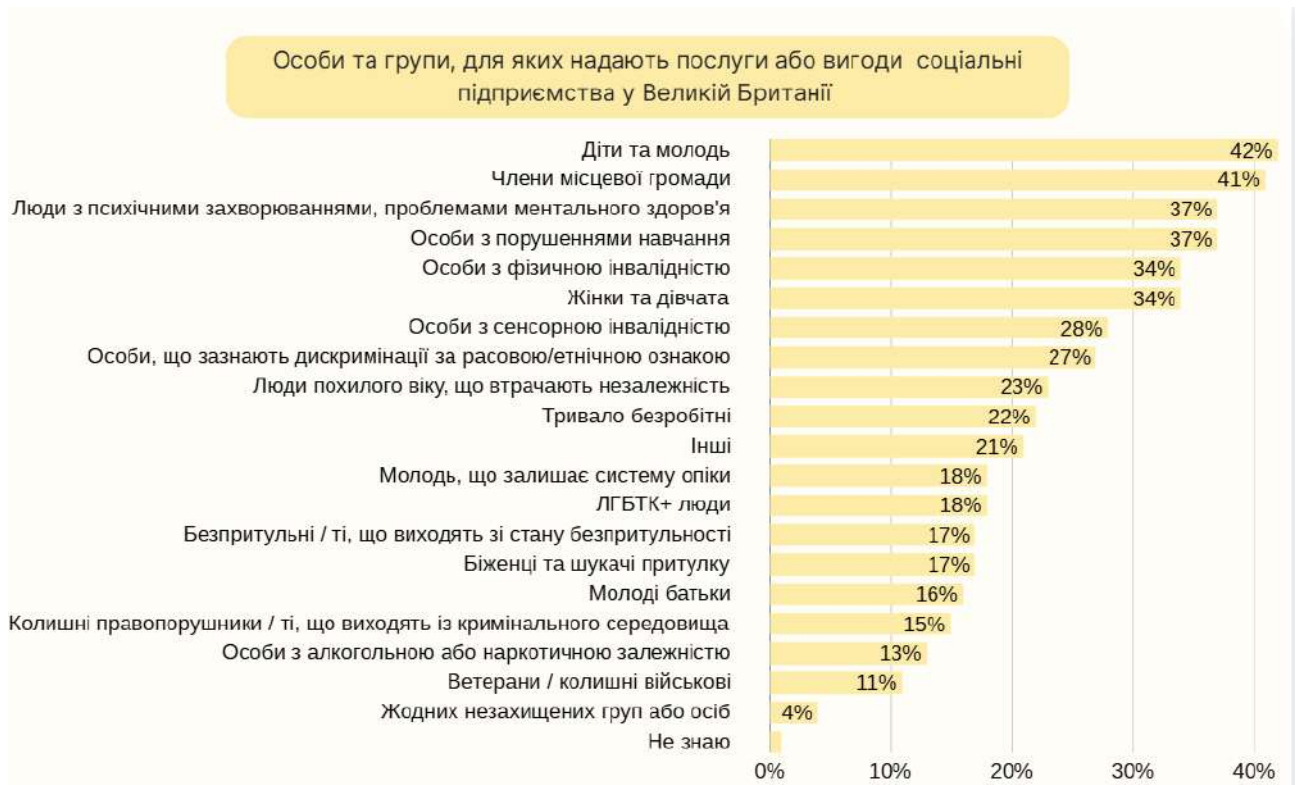


Рис.2.7 Особи та групи осіб, для яких надають послуги або вигоди соціальні підприємства у Великій Британії

Джерело: створено автором на основі [37]

Екологічна стійкість стає невід'ємною складовою стратегічного розвитку британського соціального підприємництва. Згідно з актуальними статистичними даними, три чверті соціальних підприємств (75%) висловлюють занепокоєння потенційним впливом кліматичних змін на свою операційну діяльність. Це стимулює впровадження практик відповідального споживання: так, 85% організацій при закупівлі товарів чи послуг розглядають соціальний та екологічний вплив нарівні з вартістю, що свідчить про важливість цінностей. Практична реалізація цього підходу також проявляється в активній модернізації бізнес-процесів, завдяки чому 26% організацій вдалося підвищити рівень своєї енергоефективності протягом останнього року.

Інноваційна діяльність є типовою ознакою соціальних підприємств Великої Британії, що дозволяє їм ефективно балансувати між досягненням суспільної місії та забезпеченням ринкової життєздатності. У контексті сучасних

макроекономічних викликів британський соціальний бізнес демонструє високу динаміку інноваційного розвитку, де половина організацій (50%) впроваджують нові продукти чи послуги безпосередньо всередині своїх структур. Більше того, попри жорсткі фінансові обмеження, які відчувають 74% суб'єктів сектору, спостерігається стрімке зростання інновацій: частка підприємств, які вивели на ринок принципово нові, унікальні для ринку продукти чи послуги, збільшилася з 23% у 2023 році до 35% у 2025 році. Що стосується планів майбутнього зростання, 69% прагнуть розробити новий продукт або послугу, а 68% – створити нові партнерства з державним або приватним сектором. Орієнтація на постійну модернізацію процесів та диверсифікацію виробництва новинок підтверджує, що інноваційний потенціал соціальних підприємств виступає не просто інструментом адаптації до кризових явищ, а базовим драйвером їхнього довгострокового розвитку та конкурентоспроможності.

Внутрішня структура британських соціальних підприємств дозволяє констатувати високий рівень диверсифікації їхнього менеджменту та тісний зв'язок керівників із цільовими аудиторіями. Статистичні дані підтверджують, що 57% соціальних підприємств очолюють жінки, а 17% лідерів походять з етнічних меншин. 75% лідерів також мають особистий досвід вирішення соціальних проблем, які прагне вирішити їхній бізнес.

У Великій Британії існує широкий спектр пропозицій у державному та приватному секторах для фінансування нових соціальних підприємств та розвитку необхідних навичок.

Ключовим інституційним інструментом підтримки сектору стало створення у 2012 році Big Society Capital (BSC) – першої у світі незалежної фінансової установи, що спеціалізується на оптовому соціальному інвестуванні. Унікальність BSC полягає у джерелі її формування: капітал організації було закладено за рахунок коштів із неактивних («сплячих») банківських рахунків, які не використовувалися понад 15 років. Виступаючи в ролі «оптового постачальника» капіталу, Big Society Capital не кредитує бізнес напряду, а надає

фінансування посередникам – спеціалізованим фондам та банкам, які, своєю чергою, забезпечують соціальні підприємства доступними інвестиціями для масштабування їхнього впливу [35,36].

Провідну роль у консолідації та представництві інтересів сектору відіграє Social Enterprise UK (SEUK) – національна мережева організація, заснована у 2002 році. SEUK реалізує комплексний підхід до підтримки підприємств через проведення масштабних ринкових досліджень (зокрема, регулярного звіту «State of Social Enterprise»), лобіювання сприятливих законодавчих змін та реалізацію цільових програм розвитку. Серед ключових ініціатив організації варто виділити стратегічний проєкт «Social Enterprise Places», що стимулює розвиток регіональних хабів соціальної активності, а також кампанію «Buy Social Corporate Challenge», спрямовану на залучення великих корпорацій до етичних закупівель.

Розвиток соціального підприємництва у децентралізованих регіонах Великої Британії підтримується спеціалізованими мережевими організаціями. У Шотландії це організація Social Enterprise Scotland (SES), яка діє як «єдине вікно» для консультацій та фінансування, та Scottish Social Enterprise Network (SENSCOT), що фокусується на розбудові тематичних і місцевих мереж. З іншого боку, інтереси сектору в Північній Ірландії представляє організація Social Enterprise NI (SENI), яка забезпечує можливості для колаборації між підприємцями, державою та приватним бізнесом на всіх етапах розвитку проєктів [36].

Важливою складовою екосистеми підтримки соціального підприємництва у Великій Британії є фонд UnLtd, заснований у 2002 році як провідна організація з надання грантів, навчання та індивідуального менторства для соціальних інноваторів на всіх етапах їхнього становлення. Керуючи капіталом у розмірі 150 млн фунтів стерлінгів, фонд реалізує стратегію цільової фінансової підтримки через систему нагород «Спробуй, Зроби та Розвинь». Діяльність UnLtd забезпечує високу життєздатність сектору, про що свідчить той факт, що близько

90% підтриманих фондом підприємств продовжують успішно функціонувати через п'ять років після старту, значно перевищуючи середні показники традиційного малого бізнесу. Поряд із фондом активну освітню підтримку надає Школа соціальних підприємців (SSE), яка через практичні курси та наставництво допомагає понад 1000 лідерам щороку створювати сталі рішення для трансформації громад [36, 40].

Також соціальне підприємництво у Великій Британії активно інтегрується в систему освіти через університети. Зокрема на базі Оксфордського університету створено Skoll Centre for Social Entrepreneurship, що сприяє інноваційним соціальним трансформаціям через освіту, дослідження та співпрацю. Також на базі Кембриджської бізнес-школи створені спеціалізовані програми для соціального підприємництва [48,49].

Отже, британський досвід демонструє, що соціальне підприємництво здатне еволюціонувати з локальних благодійних ініціатив у повноцінний, фінансово незалежний сектор економіки лише за умови комплексної державної політики, яка не просто субсидує бізнес, а створює для нього сприятливе правове поле, стимули для приватних інвесторів та належні умови інституційної та освітньої підтримки безпосередньо на рівні організацій.

Для узагальнення розвитку соціального підприємництва у Німеччині та Великій Британії було здійснено порівняльний аналіз досвіду обох країн (таблиця 2.1.)

Таблиця 2.1.

**Порівняльна таблиця розвитку соціального підприємництва у
Німеччині та Великій Британії**

Критерії	Німеччина	Велика Британія
Спеціалізована юридична форма	Відсутня. Використовуються традиційні форми (eG, GmbH, e.V.)	Наявна - Компанія суспільного інтересу (CIC)

Підтримка з боку держави	Надання кредитів, зокрема (пільгове кредитування) грантів, сприяння соціальним інвестиціям	Надання кредитів, грантів, активне сприяння соціальним інвестиціям
Фіскально-правове регулювання та податкові пільги	Регулюється через інститут «суспільної корисності» відповідно до Податкового кодексу. Передбачає повне звільнення від податку на прибуток та застосування зниженої ставки ПДВ	Не передбачено податкових пільг для соціальних підприємств, натомість діє Схема податкових пільг на соціальні інвестиції (<i>SITR</i>)
Основні мережі підтримки	Мережа SEND та експертна організація Social Impact gGmbH	Національна асоціація Social Enterprise UK (SEUK) та грантовий фонд UnLtd
Пріоритетні цілі	Скорочення нерівності, якісна освіта, міцне здоров'я.	Допомога вразливим верствам, покращення ментального здоров'я та добробуту.
Освіта та навчання	Інтеграція СП в систему освіти, ініціатива чотирьох мюнхенських університетів — Академія соціального підприємництва	Інтеграція СП в освітні програми, університетські бізнес-курси School for Social Entrepreneurs (SSE), Skoll Centre for Social Innovation програми СП у Cambridge Judge Business School

Джерело: створено автором

Розвиток соціального підприємництва як у Британії, так і у Німеччині має системний характер, що підтверджується активною державною підтримкою. Єдина суттєва відмінність простежується у наявності спеціальної організаційно-правової форми у Великій Британії, чого немає у Німеччині.

2.3. Аналіз та тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні

Зародження концепції соціального підприємництва на території України має глибоке історичне коріння, пов'язане з давніми традиціями самоорганізації

та взаємодопомоги громад. Ще за часів Київської Русі важливі суспільні та економічні питання локальних спільнот вирішувалися спільно на Народному віче. У XVI–XVIII ст. цей вектор підтримало українське козацтво через інститут військових рад, а з XV по XIX ст. на українських землях активно розвивалися православно-просвітницькі братства (зокрема, Львівське Успенське братство, Кирило-Мефодіївське братство). Ці об'єднання не лише опікувалися духовною сферою, а й виконували прямі соціальні функції: утримували шпиталі та притулки для непрацездатних, а також надавали безвідсоткові позики своїм членам для ведення господарства. Наприкінці XIX століття ці традиції трансформувалися у масштабний меценатський рух, яскравим прикладом якого стала діяльність братів Терещенків, які фінансували будівництво безкоштовних лікарень та сиротинців, закладаючи перші підвалини для формування системного соціально відповідального бізнесу [41].

Окремим підґрунтям для створення соціального підприємництва на початку XX століття став український кооперативний рух у Галичині, що розвивався за активного лідерства митрополита Андрея Шептицького та духовенства, які розбудовували народну банківську систему, засновували кооперативи й спрямовували прибутки від підприємств на викуп земель для бідних селян, створення робочих місць та фінансування соціальних програм для молоді й сиріт [42].

В Україні досі немає офіційного та точного обліку соціальних підприємств у 2024-2025 рр., що зумовлено передусім невизначеністю самого терміну в українському законодавстві та відсутністю чітких критеріїв соціального підприємництва на державному рівні. Останні консолідовані дані аналітичних джерел фіксували лише показники 2020 року, згідно з якими в країні функціонувало близько 1000 підприємств із вираженою соціальною місією [25].

На даний момент в Україні відсутнє будь-яке спеціальне законодавство, яке б регулювало діяльність соціальних підприємств. З одного боку, брак нормативно-правової бази позбавляє цей сектор державної підтримки та економічних преференцій, які могли б стати потужним стимулом для його

масштабування. З іншого боку, така відсутність спеціальної юридичної форми створює повну свободу у виборі організаційно-правових форм. Діяльність соціального підприємництва регламентується такими документами: Цивільний кодекс, Податковий кодекс, Законом України «Про громадські об'єднання», Законом України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» Законом України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань», Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні», Законом України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні», Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні».

Варто зауважити, що в Україні були спроби запровадити поняття «соціальне підприємництво» на законодавчому рівні та створити закон який би регулював їх діяльність, зокрема були подані законопроекти Законопроекти «Про соціальне підприємництво» (проекти № 10610 від 14.06.2012 та № 2508 від 11.03.2013), але відповідні закони так і не були прийняті. Головною причиною відмови стали побоювання народних депутатів щодо високих корупційних ризиків, загрози масових зловживань податковими пільгами з боку звичайного бізнесу, а також через брак ефективних інструментів контролю за дотриманням критеріїв соціальної діяльності [44].

Оскільки для соціального підприємництва не передбачено спеціальної організаційно-правової форми, вони можуть обирати будь-яку форму, як суб'єкти підприємницької діяльності. Усі форми умовно можна поділити три групи: організації громадянського суспільства (неприбуткові організації), підприємницькі суб'єкти приватного права та форма, що передбачає укладання договорів про спільну діяльність суб'єктів різних ОПФ (організацій громадянського суспільства, підприємницьких суб'єктів, фізичних осіб) [43].

Згідно з дослідженням громадської організації «Egalite International» в межах проєкту «EU4Youth: розкриття потенціалу молодих соціальних

підприємців в Молдові та Україні» у 2020 році більшість соціальних підприємств здійснюють свою діяльність у формі ФОП (фізична особо-підприємець), приватних підприємств, громадських організацій, ТОВ (товариство з обмеженою відповідальністю), сільськогосподарських кооперативів, бізнес асоціацій підприємств громадського суспільства та благодійних організацій(рис. 2.8).



Рис. 2.8 Організаційно-правові форми соціального підприємництва в Україні у 2020 році

Джерело: створено автором на основі [25]

З урахуванням положень Податкового кодексу України, вибір правової моделі для соціального бізнесу залежить від потреби у розподілі прибутку між засновниками. Якщо розподіл не планується, оптимальним варіантом є створення підприємства на базі неприбуткових організацій громадянського суспільства (благодійних, громадських чи релігійних організацій): за умови відповідності вимогам п. 133.4 ПКУ та відображення соціальних цілей у статуті, такі суб'єкти повністю звільняються від сплати податку на прибуток. Коли ж засновники планують частково розподіляти доходи, соціальне підприємництво організовують через суб'єктів приватного права — юридичних осіб (ТОВ, кооперативи) або ФОП. Вони працюють на загальній системі, тобто за ставкою 18%, але мають право зменшувати об'єкт оподаткування на благодійність у межах

4% за пп. 140.5.9 ПКУ) чи на спрощеній системі (єдиний податок 3% або 5% від доходу). Окремою пільговою категорією виступають підприємства, засновані ГО людей з інвалідністю, які за умови працевлаштування понад 50% осіб з інвалідністю отримують суттєві преференції та нульову ставку з податку на прибуток і ПДВ за ст. 142.1 та ст. 197.6 ПКУ [43].

Згідно з статистичними даними, більшість соціальних підприємств в Україні займаються працевлаштуванням соціально незахищених верств населення, генерування фінансів для соціальної діяльності, для реінвестування у власну діяльність, фінансування певних видів діяльності, а також вирішенням екологічних проблем. Окрім того, значна увага приділяється залученню молоді та сприяння гендерної рівності.

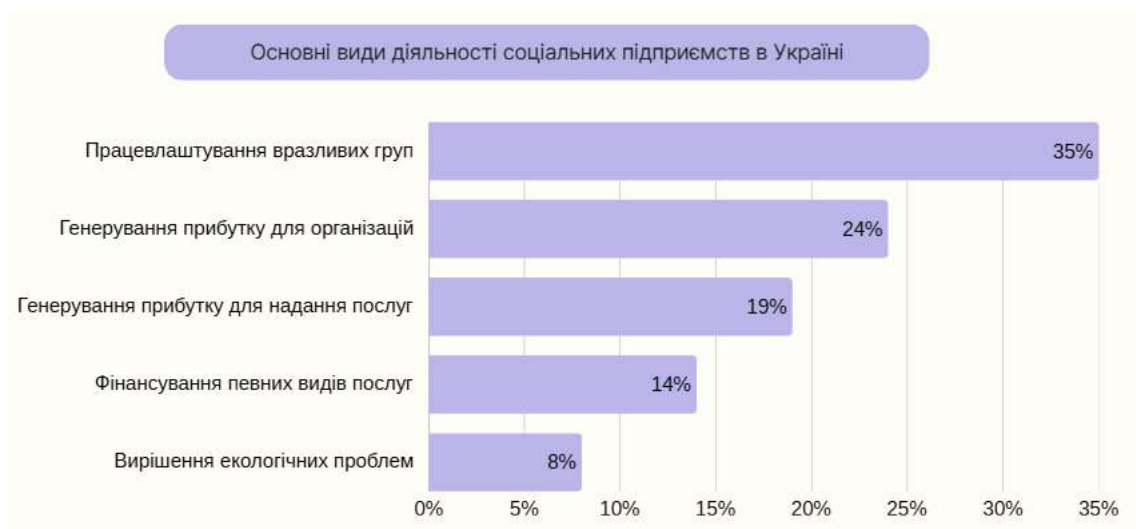


Рис. 2.9 Основні види діяльності соціального підприємництва в Україні у 2020 році

Джерело: створено автором на основі [25]

Розвиток сектору соціального підприємництва в Україні тривалий час відбувався під впливом міжнародної донорської підтримки, зокрема з боку урядів США та Великої Британії. Перші системні кроки були зроблені завдяки програмі «Альянс партнерства заради громадських ініціатив» (CAP) від USAID (1997–2002 рр.), яка допомагала громадським організаціям запускати або масштабувати бізнес через інструменти навчання, технічної допомоги та кредитування.

Наступним етапом стала ще одна ініціатива USAID — проєкт розвитку громадянського суспільства UCAN, у межах якого протягом 2004–2006 років активно популяризували ідею імпакт-бізнесу та надавали цільові гранти на відкриття підприємств [41].

Важливу роль у підтримці соціального підприємництва відіграла «Програма розвитку соціального підприємництва» (2010–2013рр.), реалізована Британською Радою та Фондом Східна Європа разом із партнерами. Ця ініціатива забезпечила підприємців фінансуванням навчанням, і загалом заклала інституційну базу у вигляді спеціальних ресурсних центрів, платформ, а також перших спеціалізованих посібників та каталогів діючих підприємств [41].

Також Німецька організація ChildFund Germany за фінансової підтримки уряду Німеччини та у партнерстві з Фондом Східна Європа впровадила 3,5-річну програму, спрямовану на посилення міжсекторальної співпраці у східних та південних областях України задля соціальної адаптації ВПО, реабілітації постраждалих від війни дітей та забезпечення економічної стабільності регіонів [44].

Щодо українських організацій, які є драйверами розвитку соціального підприємництва, варто виділити SILab Ukraine. Ця організація базує свою візію на персональній соціальній відповідальності громадян за добробут громад і країни. Діяльність платформи спрямована на запуск нових та менторську підтримку діючих імпакт-бізнесів, адвокацію сприятливого законодавства та стимулювання соціальних інновацій. За останні вісім років SILab Ukraine досягла вагомого суспільного впливу: стала співзасновником Українського соціального венчурного фонду, реалізувала 14 акселераційних програм, підготувала понад 500 випускників та допомогла запустити понад 65 успішних соціальних підприємств, здобувши визнання своєї діяльності на рівні Європейського Союзу [46].

Ще однією платформою, яка сприяє розвитку соціального бізнесу в Україні є School of ME (Школа усвідомленого підприємництва) - інноваційна громадська

організація та стартап однодумців у сфері соціального підприємництва. Діяльність організації базується на філософії «усвідомленого підприємництва» (Mindful Entrepreneurship), яка передбачає ведення ефективної комерційної діяльності, спрямованої на дбайливе ставлення до суспільства й планети та розв'язання соціальних, екологічних чи економічних проблем. Через свої освітні, консалтингові та підтримувальні проєкти у сфері соціального, шкільного та молодіжного підприємництва, платформа сприяє досягненню Глобальних цілей ООН, зокрема щодо якісної освіти, гідної праці та партнерства заради цілей[45].

В Україні існує чимало прикладів, успішних прикладів соціального підприємництва. Нижче наведено таблицю успішних українських соціальних підприємств, укладену за матеріалами посібника «Що слід знати про соціальне підприємництво», яка наочно демонструє інтеграцію комерційних інструментів у вирішення гострих суспільних проблем.

Таблиця 2.2

Приклади соціального підприємництва в Україні

Назва підприємства	Вид діяльності	Соціальна місія
Платформа «Тепле Місто» (громадський ресторан Urban Space 100, м. Івано-Франківськ)	Сфера послуг, громадське харчуванням	Створення можливостей для самореалізації містян, покращення якості життя в місті та фінансування прогресивних урбаністичних, освітніх і культурних проєктів.
Соціальна пекарня «Горіховий дім» (м. Львів)	Виробництво харчової продукції, громадське харчування, кейтеринг	Комплексне подолання бідності, фінансування Центру інтегральної опіки (кризового гуртожитку) для жінок у скрутних життєвих обставинах та їх професійна реінтеграція
Піцерія «Pizza Veterano» (м. Київ / м. Дніпро)	Сфера послуг, громадське харчування.	Психологічна адаптація та ресоціалізація ветеранів АТО до мирного життя через працю; підтримка дітей загиблих військовослужбовців
СП «Навчально-виробничий центр» (м. Полтава)	Швейне та меблеве виробництво, металообробка	Соціальна адаптація та повернення самоповаги безхатченкам, наркозалежним та особам, які звільнилися з місць позбавлення волі

ГО «Майстерня мрії» (м. Львів)	Центр денного перебування, харчова промисловість.	Соціалізація, працевлаштування та організація простору і зайнятості для дорослих людей із ментальною інвалідністю (аутизм, синдром Дауна)
Благодійний магазин «Ласка» (м. Київ)	Роздрібна торгівля, апсайклінг, побутові послуги.	Фінансова підтримка благодійних фондів (онкохворі діти, безпритульні тварини), допомога речами переселенцям

Джерело: створено автором на основі [5].

Незважаючи на те, що в Україні є успішні кейси розвитку соціального підприємництва, все ж воно не набуло системного характеру, розвивається дуже фрагментовано та не набуло широко застосування. Це можна пояснити низкою причин:

- Відсутність нормативно-правового статусу та понятійного апарату. На сьогодні вітчизняні суб'єкти соціального підприємництва функціонують в умовах відсутності законодавчого регулювання. Брак базового закону унеможливорює чітке виокремлення меж цього сектору та його інституційне відокремлення від класичних суб'єктів комерційної діяльності.
- Недостатня підтримка з боку держави та брак бюджетного фінансування. Як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях є мало програм підтримки, податкових преференцій, які б стимулювали розвиток саме соціального підприємництва. Держава та місцеве самоврядування все ще залишаються сторонніми спостерігачами, замість того щоб виступати партнерами та створювати сприятливу інфраструктуру. Поточна екосистема соціального бізнесу здебільшого тримається на закордонних грантах та міжнародній технічній допомозі.
- Низька поінформованість та стереотипне мислення у суспільстві. Значна частина населення та бізнес-спільноти все ще погано розуміє сутність і роль соціальної економіки. Нерідко такі підприємства сприймають виключно як благодійні фонди або радянські моделі соцзабезпечення, що суттєво знижує рівень суспільної довіри.

- Дефіцит кваліфікованих кадрів. Розвиток соціального підприємництва гальмується через відсутність якісної та системної профільної освіти. Лише декілька університетів впровадили спеціалізовані навчальні програми, що стосуються соціального підприємництва, тоді як у більшості українських університетів цей напрям досі не інтегрований в освітній процес.

Висновки до розділу II

В даному розділі дипломної роботи було проаналізовано тенденції розвитку соціального підприємництва у світі, зокрема у Німеччині та Великій Британії, та в Україні. На основі аналізу закордонних практик та українських реалій сформульовано такі підсумки:

Німецький досвід демонструє глибоку інтеграцію соціального бізнесу в загальну систему соціального забезпечення через принцип субсидіарності. Попри відсутність спеціалізованої юридичної форми, стабільність сектору гарантується інститутом «суспільної корисності» Податкового кодексу, який надає суттєві фіскальні преференції. Екосистема спирається на системне пільгове кредитування через державні банки, інституційну підтримку мереж та інкубаторів.

Британський досвід репрезентує одну з найпрогресивніших у світі правових та інвестиційних моделей підтримки імпакт-бізнесу. Створення спеціалізованої юридичної форми Компанії суспільного інтересу (CIC) із законодавчим механізмом «блокування активів» дозволило чітко детермінувати сектор. Ключовими драйверами масштабування тут виступають інтеграція критеріїв суспільної користі у систему державних закупівель, упровадження податкових стимулів для залучення приватного капіталу в соціальні проєкти, розвинена інфраструктура фінансування та потужні національні мережі підтримки.

Попри наявність успішних практичних кейсів і системне сприяння з боку профільних вітчизняних та міжнародних організацій, соціальне підприємство

в Україні досі не набуло такого широкого застосування та системного характеру, як у провідних європейських країнах. Головними деструктивними чинниками, які формують проблемне поле галузі, є відсутність законодавчо закріпленого понятійного апарату, пасивна роль владних інституцій у створенні інфраструктури, низька суспільна обізнаність, фінансова залежність екосистеми від міжнародних донорів за майже повної відсутності внутрішніх інвестиційних інструментів.

РОЗДІЛ III ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

3.1 Соціальне підприємництво як інструмент вирішення проблем в умовах війни та післявоєнної відбудови

В останні роки соціальне підприємництво як інноваційна форма бізнесу стало надзвичайно актуальним способом вирішення соціальних проблем і для України воно має особливе значення. Зростання важливості цього напрямку підприємницької діяльності в Україні насамперед пов'язане з низкою політичних, економічних і соціальних викликів, які зокрема постали через російське вторгнення в Україну та повномасштабну війну.

В сучасних умовах роль соціального підприємництва в Україні надзвичайно важлива, оскільки:

Насамперед покликане вирішувати соціальні проблеми у суспільстві. Воно виступає інструментом, спрямованим на подолання конкретних суспільних викликів, таких як бідність, обмежений доступ до освіти чи медичних послуг. Їхня важливість полягає у тому, що вони діють на благо суспільства, покращують якість життя вразливих груп населення, допомагають подолати їхню соціальну ізольованість, що в кінцевому результаті призведе до підвищення добробуту суспільства загалом. Враховуючи сьогоденні українські реалії, чисельність людей, що належать до вразливих груп буде лише збільшуватись, зокрема це стосується ВПО, ветеранів, людей з інвалідністю, а їхня соціальна реінтеграція є неабияк важливою для подолання соціальної ізольованості.

Сприяє економічному розвитку. Соціальне підприємництво виступає дієвим інструментом інклюзивного зростання, забезпечуючи інтеграцію на ринок праці вразливих категорій населення (людей з інвалідністю, ветеранів, осіб передпенсійного віку), які мають обмежену конкурентоспроможність у традиційному комерційному секторі. Створення таких робочих місць, по- перше, мінімізує рівень безробіття, що позитивно впливає на ВВП країни, а, по-друге, знижує навантаження на бюджетну систему через зменшення витрат бюджету на

соціальні виплати. Тобто по суті соціальне підприємництво стає тим інструментом, що перетворює соціальну напругу на економічний потенціал країни.

Сприяє інноваційному розвитку. Соціальні підприємства пропонують якісно нові підходи для тих соціальних проблем, які існують у суспільстві і з якими традиційний бізнес не в змозі впоратися, тобто через інноваційність соціальне підприємництво здатне задовольнити ті потреби, які раніше не були задоволені належним чином. Можна стверджувати, що соціальні підприємства стають агрегатами інноваційних змін, оскільки вони створюють доступ до тих людських ресурсів, які раніше були незадіяні в економіці, тобто ті категорії населення, які раніше були пасивними споживачами соціальних пільг, стали активними суб'єктами генерування ВВП, тим самим економлячи бюджетні кошти. та сприяли зміцненню солідарної стійкості суспільства в умовах кризи.

Стимулює громадську активність. Соціальне підприємництво сприяє розбудові сильного громадянського суспільства, стимулюючи людей до самоорганізації та відповідальності за стан своєї громади. Воно виховує культуру соціального лідерства та волонтерства, де громадяни стають активними суб'єктами змін, а не просто пасивними споживачами державної допомоги

Демонструє впровадження, популяризацію та розвиток екологічного підходу до ведення виробництва. У контексті руйнувань, завданих війною, та необхідності ощадливого використання обмежених ресурсів, екологічний складник соціального бізнесу відіграє важливу роль для сталого розвитку громад. Соціальні підприємства стають агрегатами інноваційних змін завдяки здатності залучати ресурси, які раніше вважалися непридатними або утилізувалися як сміття. Вони часто інтегрують у свої бізнес-моделі концепцію безвідходного виробництва завдяки переробці та повторному використанні сировини.

Для визначення соціального підприємництва як потенційно-ефективного механізму вирішення суспільних проблем в Україні виникає потреба в

комплексному аналізі внутрішнього потенціалу цього сектору та зовнішніх факторів макросередовища, що безпосередньо на нього впливають. З цією метою було розроблено матрицю SWOT-аналізу, який дозволяє згрупувати внутрішні сильні й слабкі сторони вітчизняних соціальних підприємств, а також ідентифікувати зовнішні можливості та загрози для їхнього функціонування в умовах воєнного стану (рисунк 3.1).



Рис 3.1 Матриця SWOT-аналізу щодо діяльності соціальних підприємств в Україні в умовах воєнних дій

Джерело: складено автором

Детальний аналіз структурованих у рисунку 3.1 факторів дозволяє зробити декілька фундаментальних висновків щодо стратегічних орієнтирів розвитку сектору.

З одного боку, сектор має потужний внутрішній потенціал, зокрема залучаються людські ресурси, які до того не були використані, створюються робочі місця, зменшується навантаження на бюджети завдяки новим податковим надходженням. Також українські соціальні підприємства мають можливість обрати найбільш оптимальну організаційну форму, що створює простір для вибору. Крім того, соціальні підприємства мають подвійну мотивацію (вирішення суспільних проблем та генерування прибутку), а це об'єднує ширше коло людей і різну аудиторію в єдину взаємовигідну спільноту - свідомих споживачів, вмотивованих працівників, міжнародних донорів, вразливі верстви населення тощо.

Крім того, зовнішнє середовище відкриває унікальні можливості: через бойові дії стрімко зростає кількість вразливих верств населення (ВПО, ветеранів, осіб з інвалідністю), які потребують підтримки, що супроводжується активним фінансуванням з боку міжнародних донорів та низькою конкуренцією у цьому сегменті. Також слід зазначити про доступність інформації про інновації та передовий досвід, які можна почерпнути з різних джерел. Зокрема, це успішні іноземні приклади соціального підприємництва, діяльність міжнародних організацій, які популяризують цю сферу в Україні, а також наявність відповідної літератури й наукових досліджень.

З іншого боку, розвитку СП заважають серйозні внутрішні проблеми, такі як відсутність чіткого законодавчого регулювання, брак державної фінансової підтримки та пільг, низька обізнаність громадян та відсутність інструментів для вимірювання соціального впливу. Тут варто підкреслити суттєву різницю між українським та європейським досвідом: якщо в більшості країн Європи вимірювання соціального впливу та розвиток імпакт-менеджменту є пріоритетними завданнями, то в Україні практика оцінювання таких результатів поки що майже відсутня.

Як стверджує А. Корнецький, сьогодні можна говорити про наявність певної екосистеми соціального підприємництва, яка динамічно просуває цю тему

вперед, але ця екосистема повністю залежить від міжнародних донорів і на даному етапі розвитку все ще є нестабільною. Безумовно міжнародна підтримка і сприяння соціального підприємництва є дуже важливим в сучасних реаліях, але без дієвої підтримки на рівні держави, соціальне підприємництво не буде розвиватися.

Попри суттєві безпекові ризики, пов'язані з військовими діями, соціальне підприємництво в Україні має дуже важливе значення, і для його виживання необхідно максимально конвертувати міжнародну грантову допомогу у розбудову внутрішньої стійкості, фокусуючись на інтеграції та реабілітації постраждалих від війни громадян та загалом вразливих груп населення.

3.2 Розробка пропозицій щодо вдосконалення механізмів розвитку соціального підприємництва в Україні

Ряд проблем і викликів, з якими зіштовхується соціальне підприємництво в Україні зумовлює пошук ефективних рішень. Тому ми пропонуємо низку рекомендацій, які здебільшого фокусуються на чотирьох основних проблемних питаннях, а саме: розвиток нормативно-правової бази, доступність та диверсифікація фінансових ресурсів, сприяння обізнаності про соціальне підприємництво у суспільстві та розвиток кадрового потенціалу.

Для вдосконалення механізмів розвитку соціального підприємництва буде доцільним:

Розвиток нормативно правової бази:

- Створення законодавства, яке б регулювало діяльність соціального підприємництва: визначення поняття СП та чітких критеріїв.
- Створення Національного реєстру соціальних підприємств, що передбачає надання пільг для тих підприємств, що внесені до реєстру.
- Запровадження стандартизованого імпакт-менеджменту: Підприємства з реєстру мають подавати щорічний соціальний звіт разом із фінансовим, а держава в свою чергу повинна затвердити просту, але чітку методологію

оцінки соціального впливу, що повинна включати кількість створення робочих місць для соціально вразливих категорій населення, обсяг наданих послуг соціально вразливим категоріям тощо.

- Надання можливості набувати статус «соціального» підприємства як юридичним особам (ТОВ, ПП), так і громадським організаціям із підприємницькою діяльністю або фізичним особам-підприємцям (ФОП), якщо вони відповідають усім вимогам.
- Гармонізація українського законодавства згідно з міжнародними стандартами та законодавством у сфері СП.

Доступність та диверсифікація фінансових ресурсів:

- Запровадження фіскальних стимулів для соціальних підприємств, а саме звільнення від оподаткування реінвестованого прибутку, що спрямовується на соціальні цілі
- Поширення концепції імпаکت-інвестування, що передбачає як позитивного соціального впливу так і фінансову віддачу для інвестора. Для цього необхідно розробити спеціальні фонди та платформи для пошуку інвестиційних проєктів.
- Налагодження партнерства з комерційними банками для надання кредитів із низькими відсотковими ставками для соціального підприємництва
- Розвиток краудфандингових платформ, що передбачає залучення капіталу шляхом добровільного об'єднання громадян через онлайн-платформи для вирішення певних суспільних проблем.
- Створення державних грантів для фінансування соціальних підприємств
- Подальший розвиток стратегічного партнерства з міжнародними організаціями та фондами задля грантового фінансування, залучення міжнародних інвестицій та пільгового кредитування

Сприяння обізнаності про соціальне підприємництво у суспільстві

- Популяризація історії успіху українських соціальних підприємців через медіа та соціальні мережі.

- Створення спеціальних маркувань на упаковках для товарів, що вироблені соціальним підприємництвом.
- Розвиток мереж соціального підприємництва для оцінки його рівня розвитку, демонстрації соціального впливу і переваг, що пропонує соціальне підприємництво

Розвиток екосистеми та кадрового потенціалу соціального підприємництва

- Масштабна інтеграція знань в освітній процес шляхом впровадження спеціалізованих курсів з соціального підприємництва та імпакт-менеджменту на бакалаврських і магістерських програмах в закладах вищої освіти на економічних спеціальностях.
- Створення короткострокових сертифікованих програм на базі регіональних центрів зайнятості та ветеранських хабів для навчання тих, хто прагне започаткувати власну справу.
- Відкриття на базі громад консультаційних центрів та бізнес-інкубаторів, які будуть забезпечувати менторську підтримку, юридичні консультації та допомогу в написанні грантових заявок для початківців у сфері СП.
- Забезпечення міжсекторальної взаємодії шляхом проведення зустрічей, форумів між представниками уряду, соціального підприємництва, місцевої влади, міжнародних донорів, інвесторів.

Висновки до розділу III

У розділі обґрунтовано, що в умовах воєнного стану та майбутньої післявоєнної відбудови України соціальне підприємництво трансформується з альтернативної бізнес-моделі на критично важливий інструмент відновлення суспільно-економічної інфраструктури. Воно дозволяє ефективно перетворювати наявну соціальну напругу на стійкий економічний потенціал країни.

Щоб дослідити значення соціального підприємництва в Україні, було розроблено SWOT-аналіз, що дозволив виокремити переваги, недоліки,

можливості та загрози соціального підприємництва в Україні та на основі цього сформулювати низку рекомендацій.

Сприяння розвитку соціального підприємництва повинно відбуватися на різних рівнях, проте на даному етапі стратегічний пріоритет та найбільшу увагу необхідно зосередити саме на вдосконаленні нормативно-правової бази. Офіційне закріплення соціального підприємництва у законодавстві автоматично розширить фінансові можливості підприємств, відкриваючи їм доступ до цільових державних субсидій, грантів та пільгових дотацій. Крім того, надійний правовий захист усуне бар'єри та мінімізує ризики, що суттєво підвищує рівень довіри й зацікавленості з боку зовнішніх інвесторів, комерційних партнерів та пересічних споживачів. Інституціоналізація правового поля дозволить соціальним підприємствам масштабувати свою діяльність, впроваджувати інноваційні підходи на нових ринках товарів і послуг та ефективніше реалізовувати програми підтримки вразливих верств населення.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було здійснено комплексне теоретичне узагальнення й обґрунтовано теоретико-методологічні засади функціонування соціального підприємництва, проаналізовано міжнародний і вітчизняного досвіду його розвитку та на основі цього розроблено рекомендації з удосконалення екосистеми цього сектору в Україні в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення.

Результати проведеного дослідження дозволили сформулювати такі висновки та пропозиції:

1. Розвиток соціального підприємництва пов'язаний з пошуком альтернативних шляхів подолання суспільно-економічних викликів. Основними рисами такого підприємництва є самоокупність, реінвестування прибутку у фінансову сталість своєї місії та публічна звітність. Це чітко відмежовує його від класичної благодійності, яка повністю залежить від зовнішніх пожертв, та від традиційного соціально-відповідального бізнесу, де вирішення суспільних проблем залишається вторинним щодо максимізації прибутку.

2. У ході дослідження було систематизовано типологію імпакт-бізнесу та виділено ключові бізнес-моделі соціального підприємництва, які безпосередньо забезпечують формування сталих суспільних змін. Зокрема, узагальнено специфіку функціонування таких моделей, як: модель підтримки підприємництва, посередницька модель, модель працевлаштування, модель платних послуг, модель субсидування послуг, модель зв'язку з ринком та модель організаційної підтримки. Наявність цих моделей свідчить про широкий спектр можливостей, у яких може розвиватися СП, сприяючи вирішенню соціальних проблем. На основі розгляду даних бізнес-моделей можна зробити висновок, що ефективність та життєздатність обраної моделі визначається не просто її комерційною

рентабельністю, а рівнем інтеграції соціальної місії в операційну діяльність компанії.

3. Соціальне підприємництво – це інноваційна форма бізнесу, оскільки поєднує в собі як комерційні цілі, так і суспільну функцію – вирішення широкого кола суспільних проблем (інклюзія вразливих верств населення, реінтеграція соціально ізольованих груп, збереження національної спадщини, охорона довкілля, тощо). Соціальне підприємство працює за законами ринку, але створює додану соціальну вартість і довгостроковий соціальний вплив. Інноваційність соціального підприємства полягає у зміні самого підходу – воно не просто бореться з наслідками суспільних проблем, перетворює соціальну проблему на економічну можливість, інтегруючи незадіяні до цього ресурси в економічний процес.

4. Проведене дослідження дозволило підтвердити вагому макроекономічну спроможність сектору СП на міжнародному рівні: за даними Світового економічного форуму у світі функціонує близько 10 млн соціальних підприємств, які генерують до 2% глобального ВВП та забезпечують понад 200 млн робочих місць. Аналіз європейських екосистем засвідчив високий рівень інституціоналізації галузі: зокрема, у Великій Британії 131 тис. соціальних підприємств забезпечують 3,4% ВВП країни, а у Німеччині сектор налічує близько 100 тис. суб'єктів із чисельністю 2,5 млн працівників, демонструючи високу фінансову стійкість і конкурентоспроможність.

5. З'ясовано, що у європейській практиці соціальне підприємництво розглядається як органічна складова соціальної економіки, яка охоплює господарські суб'єкти, для яких соціальна місія є пріоритетом над комерційним результатом. Натомість в Україні через невизначеність правового статусу соціальне підприємництво діє ізольовано від підприємницької екосистеми, і це ускладнює визначення його місця і внеску у макроекономіку країни. В той час, як вирішення

соціальних проблем досі залишається прерогативою держави і сприймається суспільством у межах суто патерналістського підходу як обов'язок держави та пасивна стаття державних витрат. Для України важливо змінити цей підхід, перетворивши соціальні підприємства на активних агентів та самоокупні суб'єкти господарювання, які не лише вирішують соціальні проблеми, а й зменшують фінансове навантаження на державний і місцеві бюджети.

6. Незважаючи на тривалі історичні традиції взаємодопомоги та наявність успішних кейсів в українській практиці, вітчизняний сектор соціального підприємництва розвивається хаотично та несистемно. Проведений SWOT-аналіз засвідчив, що в умовах воєнного стану соціальний бізнес має потужний потенціал для інтеграції внутрішньо переміщених осіб, ветеранів та осіб з інвалідністю, перетворюючи соціальну напругу у стійкий ресурс економічного розвитку. Проте головними внутрішніми обмеженнями для розвитку сектору є відсутність сформованого законодавства, брак фінансової підтримки, низька суспільна обізнаність та надмірна залежність екосистеми СП від ресурсів міжнародних донорів.

7. Першочерговим кроком для розвитку всього сектору є вдосконалення нормативно-правової бази. Офіційне законодавче закріплення юридичного статусу соціального підприємництва, визначення чітких критеріїв його ідентифікації та створення Національного реєстру СП автоматично сприятиме полегшенню доступу до фінансування, зростанню суспільної довіри та масштабуванню соціальних підприємств, що стане передумовою для формування стійкої інноваційної екосистеми інклюзивного бізнесу.

8. З метою адаптації міжнародного досвіду та зниження залежності від донорів одним із пріоритетних напрямів розвитку СП має стати диверсифікація джерел інвестування соціальних підприємств через розвиток вітчизняних краудфандингових платформ та імпакт-

інвестиційних фондів, що вимагає запровадження механізмів податкового стимулювання і забезпечення законодавчого підґрунтя для розвитку інструментів імпакт-інвесування.

9. Важливим напрямком розвитку сектору є створення простору суспільної підтримки ідеї соціального підприємництва, що можливе за умови популяризації історій успіху в медіа, впровадження спеціального соціального та зеленого маркування продукції, а також розвитку освітніх програм: спеціалізованих начальних курсів у закладах вищої освіти, акселераторів та бізнес-інкубаторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Все, що ви хотіли знати про соціальне підприємництво: конспект майстерні Артема Корнецького, Міжнародний фонд Відродження, 2024 р. URL: <https://www.irf.ua/vse-shho-vy-hotily-znaty-pro-soczialne-pidpriyemnyctvo-konspekt-majsterni-artema-kornieczkogo/>
2. «Як розвивати соціальне підприємництво: особливості бізнесу та українські кейси», Христина Федорова, Kyivstar Business Hub, 2024 URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-rozvivati-soczialne-pidpriyemnyctvo-osoblivosti-biznesu-ta-ukrayinski-kejsi>
3. Супрун Н. А. Соціальне підприємництво в Україні: проблемні аспекти та перспективи розвитку. Вектори еволюції та перспективи підприємництва в умовах сучасних викликів : збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції "Економічні перспективи підприємництва", 8-9 жовтня 2020 р., м. Ірпінь, URL:<https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/21140>
4. Доброва Н.В. Соціальне підприємництво / Н. В. Доброва. Економічні інновації. 2015. Вип. 59. С. 112-117. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecinn_2015_59_15.
5. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво : посібник. Федерація канадських муніципалітетів ; Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст». 2017. 58 с. URL: http://pleddg.org.ua/wpcontent/uploads/2017/11/Social_Entrepreneurship_-Guide-WEB-1.pdf
6. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки / Сотула Е. О. // Ефективна економіка. – 2013. – №4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_4_72.
7. Матвієнко М.В., Ковальова А.К. Соціальний бізнес в Україні: підґрунтя для зміни парадигми // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: 36. наук. праць. Одеса: ОНМУ, 2023. № 4 (85). С. 91-101. DOI: 10.31375/2226-1915-2023-4-91-101
8. Dees J. G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.).– Режим доступу: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf – С. 4.
9. Химич І., Тимошик Н. Соціальне підприємництво як інноваційний вид діяльності. Вісник Тернопільського національного технічного університету. 2021], № [Номер випуску]. УДК 338; 336 С. 195 URL:

https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/35268/2/NFEPSEV_2021_Khymych_I-Social_entrepreneurship_193-208.pdf

10. LAHMIDI W. & al. (2025) «The Evolution and Dynamics of Social Entrepreneurship: Bridging Innovation, Sustainability, and Societal Impact», *Revue Internationale des Sciences de Gestion*» Volume 8 : Numéro 1 » pp : 602 – 622
11. The Evolution of Social Entrepreneurship: From Niche to Mainstream December 21, 2023 Categories: Social Policies & Administration URL: <https://banotes.org/social-policies-administration/evolution-social-entrepreneurship-niche-mainstream/>
12. Сабецька Т. І. Економічний зміст та історія розвитку соціального підприємництва. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-44>
13. Корнецький А., Нагаївська Д. Ю. Соціальне підприємництво і соціальна відповідальність бізнесу: визначення, критерії та регулювання. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 204–208. URL: <https://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/46.pdf>
14. Свинчук А. Міжнародний досвід розвитку соціальних підприємств: уроки для України. *Теорія стратегії та економічного розвитку*. 2014. № 34. С. 25–32. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/464fc9aa-f721-4c35-90f6-73fe4d136716/content>
15. Рудаченко О. О., Коненко В. В. Соціальне підприємництво як основа сталого розвитку територіальних громад. *Проблеми сучасних трансформацій*. Серія: економіка та управління. 2024. № 11. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-03-13>
16. Schumpeter, J.A., 1934 (2008), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers.
17. "Innovation and Entrepreneurship" by Peter F. Drucker, 1984
18. Смаглий К. Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія. — Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2014. — 207 с.
19. A.C. Pigou. *The Economics of Welfare* (4th ed.) (London: Macmillan, 1932).
20. The Meaning of “Social Entrepreneurship” J. Gregory Dees, Original Draft: October 31, 1998
21. Interview with Ashoka Founder Bill Drayton “Social entrepreneurs don’t want to help. They want to change the world”. URL: <https://www.egonzehnder.com/cdn/serve/article-pdf/1513691150-c700cbda2b13bb4b6440f602b8d23ef1.pdf>
22. The State of Social Enterprise: A Review of Global Data 2013–2023 INSIGHT REPORT APRIL 2024

23. Deutscher Social Entrepreneurship Monitor 2024, Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland e. V. (SEND), Sophia Kiefl, Katharina Scharpe, Arian Ajiri, Jessamine Davis, Liana Heinrich, Martha O. Marik.
24. Кифяк В. І., Малиш Л. Б. Соціальне підприємництво: проблеми та перспективи. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 275–280. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-275-280>
25. Соціальне підприємництво в Україні: економіко-правовий аналіз / за ред. К. Каменко. — 2020. — 120 с. «EU4Youth» URL: https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine_ukrainian_1.pdf
26. Civil Code in the version promulgated on 2 January 2002 (Federal Law Gazette [Bundesgesetzblatt] I page 42, 2909; 2003 I page 738), last amended by Article 1 of the Act of 10 August 2021 (Federal Law Gazette I p. 3515). URL: https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_bgb/englisch_bgb.pdf
27. European Commission (2018) *Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: Germany*. Authors: Nicole Göler von Ravensburg, Gorgi Krlev, Georg Mildenerberger. Luxembourg: Publications Office of the European Union. URL: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?advSearchKey=socenterfiches&mode=advancedSubmit&catId=22>
28. Social economy in Europe: Germany OECD 2025, URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/12/social-economy-in-europe-country-notes_2a940194/germany_a8e67a4a/cdd5fd2d-en.pdf
29. Fiscal Code of Germany in the version promulgated on 1 October 2002 (Federal Law Gazette [Bundesgesetzblatt] I p. 3866; 2003 I p. 61), last amended by Article 17 of the Act of 17 July 2017 (Federal Law Gazette I p. 2541)
30. Book Fourteen of the Social Code of 12 December 2019 (Federal Law Gazette I, p. 2652), as last amended by Article 8 (2) of the Act of 23 December 2024 (Federal Law Gazette 2024 I No. 449) URL: https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_sgb_14/englisch_sgb_14.html
31. Social Entrepreneurship Network Deutschland (SEND): building culture and awareness around social entrepreneurship (Germany), European Commission and the OECD. URL: <https://betterentrepreneurship.eu/en/case-study/social-entrepreneurship-network-deutschland-send-building-culture-and-awareness-around>
32. German National Strategy for Social Innovations and Social Enterprises, Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action (BMWK) Federal Ministry of Education and Research (BMBF), September 2023

33. Social Entrepreneurship in Germany, Interreg CENTRAL EUROPE Programme URL: <https://programme2014-20.interreg-central.eu/Content.Node/CE-Responsible/Social-Entrepreneurship-in-Germany.html>
34. State of Social Enterprise 2023 Executive Summary, Social Enterprise UK, URL: <https://www.socialenterprise.org.uk/social-enterprise-knowledge-centre/fact-sheets/>
35. Social Enterprise in Western Europe, Chapter: Social Enterprise in the UK Models and Trajectories Mike Aiken, Roger Spear, Fergus Lyon, Simon Teasdale, Richard Hazenberg, Mike Bull and Anna Kopec Massey, 2021 URL: <https://doi.org/10.4324/9780429055140-15-17>
36. European Commission (2019) Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: United Kingdom. Fergus Lyon, Bianca Stumbitz, Ian Vickers. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at <file:///C:/Users/Irynka%20Dumych/Downloads/Social%20enterprises%20and%20their%20ecosystems%20in%20Europe.%20Updated%20country%20report%20United%20Kingdom.pdf>
37. State of Social Enterprise 2025: Backbone of Britain, Social Enterprise UK
38. Social Investment Tax Relief, Moore Kingston Smith LLP, 2021
39. Social Value Act: information and resources, Cabinet Office, Updated 29 March 2021, <https://www.gov.uk/government/publications/social-value-act-information-and-resources/social-value-act-information-and-resources>
40. Social Enterprise in the UK, Developing a thriving social enterprise sector, British Council 2015, URL: https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/social_enterprise_in_the_uk_final_web_spreads.pdf
41. Bibikova, V. (2015) “Social Enterprise in Ukraine”, ICSEM Working Papers, No. 12, Liege: The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project.
42. Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу / за наук. редакцією к.е.н. А. О. Корнецького — К. : Фамільна друкарня Huss, 2019. — 160 с
43. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с.
44. Social Entrepreneurship in Ukraine: An Effective Tool for Overcoming Challenges? Dr. Bohdan Androshchuk, Dr. Artem Kornetsky, Social Business In UA 2018
45. Офіційний сайт School of ME. «Усвідомлене підприємництво -коли економіка працює на людей, а не люди на економіку» URL: <https://schoolofme.me/home-old>
46. Офіційний сайт SILab , розділ «Про нас», 2022 URL: <https://www.silabua.com/about>

47. Social Enterprise in Western Europe, Chapter Social Enterprise in Germany Between Institutional Inertia, Innovation and Cooperation, By Nicole Göler von Ravensburg, Georg Mildenberger, Gorgi Krlev, 2021 URL: <https://doi.org/10.4324/9780429055140>
48. Skoll Centre., 2026 URL: <https://www.skollcentre.org/>
49. University of Cambridge 2026, URL: <https://www.jbs.cam.ac.uk/executive-education/environmental-social-and-governance-esg/social-enterprise-and-impact-driven-business/>