

STATE UNIVERSITY OF JAN KOCHANOWSKI
DEPARTMENT OF ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION

**STRATEGIC MANAGEMENT:
GLOBAL TRENDS AND NATIONAL PECULIARITIES**

**Collective monograph
edited by A. Pawlik, K. Shaposhnykov**

Kielce, Poland
2019

UDC 330.34
S 88

*Recommended for publication
by the Academic Council of State University of Jan Kochanowski*

*Recommended for publication
by the Academic Council of SSI "Institute for the Education Content Modernization"
of the Ministry of Education and Science of Ukraine (Minutes No. 6 on 26.06.2019)*

Reviewers:

Olga Galtsova – Professor, Doctor of Economics, Head of the Department of National Economy, Marketing and International Economic Relations, Classical Private University, Ukraine.

Natia Gogolauri – Professor, Dr. of Economics, Head of Quality Assurance, New Higher Education Institute (NEWUNI), Georgia.

Scientific Board:

Andrzej Pawlik – Professor, Dr. of Economics, Head of Department for Entrepreneurship and Innovation, State University of Jan Kochanowski, Poland.

Paweł Dziekański – Dr. of Economics, Associate Professor of Department for Entrepreneurship and Innovation, State University of Jan Kochanowski, Poland.

Jan Žukovskis – Associate Professor, Dr. of Economics, Head of Business and Rural Development Management Institute, Aleksandras Stulginskis University, Kaunas, Lithuania.

Kostiantyn Shaposhnykov – Professor, Dr. of Economics, Head of Black Sea Research Institute of Economy and Innovation, Ukraine.

Lina Pileliene – Associate Professor, Dr. of Economics, Vytautas Magnus University, Kaunas, Lithuania.

Martina Diesener – Professor, Dr. of Economics, Faculty of Economics and Management Science, Leipzig University, Germany.

Hélder Ferreira Vasconcelos – Professor, Dr. of Economics, NOVA School of Business and Economics, Lisbon, Portugal.

Xavier Martínez-Giralt – Professor, Ph.D, Dr of Economy, Dean at Departament d'Economia i d'Història Econòmica at the Universitat Autònoma de Barcelona, Spaine.

Yurii Safonov – Doctor of Economy, Professor, Deputy Director of the SSI "Institute for the Education Content Modernization" of the Ministry of Education and Science of Ukraine.

The authors of articles usually express their own opinion, which is not always comply with the editorial Board's opinion. The content of the articles is the responsibility of their authors.

Strategic Management: Global Trends and National Peculiarities. – Collective monograph. – Poland: Publishing House “Baltija Publishing”, 2019. – 712 p.

CONTENTS

2. TERRITORIAL DEVELOPMENT STRATEGIES: CLUSTERS, REGIONS, CROSS-BORDER COOPERATION

- Kozachenko G. V., Zavora T. M.**
THE SOCIAL COMPOSITION OF REGIONAL
SOCIO-ECONOMIC SECURITY:
STATE AND PROSPECTS FOR STRENGTHENING 351
- Prokudin G. S., Chupaylenko O. A., Dudnik O. S.**
DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF LOGISTICS
OF INTERNATIONAL COMBINED TRANSPORT 373
- Тkach O. V., Masliak T. R.**
THE THEORETIC-METHODOLOGICAL BASES OF THE DEVELOPMENT
OF REGIONS WITHIN THE GLOBAL ECONOMIC SYSTEM 388
- Чикаренко І. А., Маматова Т. В.**
«РОЗУМНА СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ» ЯК ЦІЛЬОВИЙ ОРІЄНТИР
СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД 406
- Шамборовський Г. О.**
АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ НА ДОБРОБУТ
НАСЕЛЕННЯ КРАЇН ЦСЄ МЕТОДОМ НЕЧІТКОЇ ЛОГІКИ 420

3. STRATEGIC BUSINESS MANAGEMENT: GLOBAL TRENDS AND NATIONAL PECULIARITIES

- Berezianko T. V., Zienina-Bilichenko A. S.**
THE SPECIFICITY OF STRATEGIES OF OLIGOPOLISTIC
ENTERPRISES OF THE FOOD INDUSTRY 442
- Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V.**
THEORETICAL FUNDAMENTALS
OF INNOVATIVE RISK MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE 458
- Волкова Н. А., Сніткіна А. А.**
АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ 471
- Galasyuk S. S., Naimark K. A.**
DEVELOPMENT TRENDS OF THE HOTEL INDUSTRY
ESTABLISHMENTS IN UKRAINE 489
- Ganechko I. G., Kondratyuk O. I., Stoyanenko I. V., Trubei O. M.**
DEVELOPMENT OF SMES IN UKRAINE:
ECONOMIC AND SOCIAL ASPECTS 502
- Даценко Г. В.**
ВПЛИВ КОНТРОЛЬНО-ПЕРЕВІРОЧНИХ ЗАХОДІВ
НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВА 518
- Дюк А. А.**
СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ:
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ТА РОЛІ 530
- Завідна Л. Д., Бойко В. О., Колеснікова К. С.**
СУЧАСНА ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ
СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА 544

9. Аудиторський звіт за результатами проведення державного фінансового аудиту діяльності ДП «Красилівський агрегатний завод» за період з 01.12.2015 по 30.09.2016. Державна аудиторська служба України. URL: <http://dkrs.kmu.gov.ua/kru/doccatalog/document?id=131979> (дата звернення: 22.05.2019).

10. Аудиторський звіт за результатами проведення державного фінансового аудиту діяльності ДП «Красилівський агрегатний завод» за період з 01.10.2016 по 30.09.2017. Державна аудиторська служба України. URL: <http://dkrs.kmu.gov.ua/kru/doccatalog/document?id=138929> (дата звернення: 21.05.2019).

Дюк А. А.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки
Вінницького національного аграрного університету*

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ТА РОЛІ

Анотація

Досліджено теоретико-методичні засади визначення та характеристики ролі соціального підприємництва як важливого фактора забезпечення розвитку суспільства, економіки, господарських структур в рамках реалізації моделі сталого розвитку. Визначено теоретичний зміст категорії соціального підприємництва як похідної від класичної моделі підприємницької діяльності за цілями і факторами розвитку. Встановлено організаційно-економічні відмінності у розвитку й функціонуванні соціального підприємництва, відповідно до засад його значимості. Запропоновано удосконалення концептуального бачення ролі соціального підприємництва з урахуванням принципів і засад сталого господарювання, ощадного використання ресурсів і справедливого розподілу результатів. Наголошено на виключній ролі соціального підприємництва у системі забезпечення доступності вразливих за доходами верств населення до необхідних для забезпечення життєдіяльності видів продукції.

Вступ

Сучасні ринкові системи господарювання і механізми задоволення споживчих потреб жителів нашої планети, багато в чому залежать від підприємництва. Підприємництво є особливим явищем, процесом, діяльністю, завдяки йому людство здобуває необхідні можливості, ресурси, активи, товари та послуги. Нині підприємницька діяльність є всепроникаючою, адже відбулася у різних сферах, галузях, проте в глобальному і національному вимірі цю діяльність розділяють на економічну та соціальну. Тобто відповідно потрібно виділити економічне й соціальне підприємництво – це нині глобальний тренд, у першому виді (економічне або

класичне) підприємництво є діяльність спрямована на отримання прибутку, а в другому – отримання прибутку не є першорядним завданням. Економічні та соціальні чинники підприємництва взаємопов'язані, що в теорії характеризується різними визначеннями наприклад в економіці і соціології.

Категорія «підприємництво» надзвичайно широко представлена як об'єкт, предмет дослідження різних наук. Економічна наука у визначенні суті підприємництва робить ставку на економічні, господарські характеристики. Проте, підприємництво стає більше соціальним, ніж економічним явищем, набуваючи характеру соціальної організації.

Звертаючись до класичного визначення поняття підприємництва зазначимо, що в економічних дослідженнях його зміст трактується як: самостійне організаційно-господарське новаторство засноване на використанні різних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, винайдення нових джерел сировини, відкриття ефективніших ринків збуту, з метою отримання прибутків і самореалізації підприємця [14, с. 83]; функції підприємництва – новаторська, організаційна, господарська, соціальна та особистісна [14, с. 83]. Таким чином, підприємництво є діяльністю, яка нерозривно пов'язана з інноваціями, новітніми технологіями виробництва та його організації, що у свою чергу забезпечують нові якості результативності господарювання, обслуговування, а також створюваних товарів і послуг.

Історично так склалося і цьому підтвердженням є практика, що підприємництво виконувало та продовжує виконувати роль продуктивної сили в економіці – в цьому основна його теоретична сутність як процесу. Підприємець ставить за мету отримання прибутку, але ця діяльність підпадає під вплив ризику, який формується на ринку дією його законів, зокрема конкуренцією за ринок та обмежені ресурси. Значимість такої ролі підприємництва відповідає цілям суспільства щодо задоволення економічних та соціальних потреб, тому правильним є підхід до теоретичного визначення та оцінки практичної ролі підприємництва в сучасному світі, який науково просуває ідеї аналогічно економічного (класичного) та соціального підприємництва. У такому визнанні безперечно є сенс, бо пройшовши тривалий період становлення, ринкова економіка забезпечила необхідність застосування підприємливості у всіх сферах життя людей – інакше важко сподіватися на виграш у конкурентній боротьбі за обмежені ресурси. Доцільність постановки питання в такому контексті (економічному і соціальному) – соціальний сенс, тобто соціальне підприємництво ми обрали за предметну область у дослідженні, яке представляємо. Аналіз літературних джерел з вивчення заявленої проблематики [19], дає підстави для висновку про те, що на ранніх етапах становлення теоретичних визначень і характеристик практичних ролей підприємництва – воно сприймалося виключно як економічне явище [2; 8; 18; 20]. Нині ж учені, суспільні, підприємницькі діячі визначають появу суб'єктів категорії соціального підприємництва, наприклад, соціологічна наука трактує підприємництво як [22]: соціально-економічний

феномен, представлений в особі суб'єктів господарських відносин, які діють для задоволення різних потреб та інтересів, а діяльність їх відзначається ризиком, нововведеннями та ініціативою [22, с. 278]. З цим потрібно погодитись, адже роль, функції і види підприємництва в сучасних умовах представлені в усіх сферах життя людей, включаючи соціальну, тобто доцільно вести дискусію про феномен соціального підприємництва.

Вважаємо, що соціальне підприємництво – це інструмент організації вирішення суспільних проблем; соціальне підприємництво (організаційно – підприємство) є вищою формою підприємницької діяльності, у якій матеріальна вигода не першочергова, а другорядна. Розвиток соціального підприємництва найбільш характерний для економічних систем у яких впроваджуються принципи соціально-економічної справедливості і сталого розвитку.

Розділ 1. Теоретичні засади значимості ролі та суті соціального підприємництва

З досліджень інших науковців і практиків відомо, що головний чинник, провідник розвитку соціального підприємництва – це держава, а також бізнесмени – філантропи. Завдяки їм відбувається втілення підприємницької ідеї на засадах безприбутковості, але соціальне підприємництво здебільшого видається можливим до впровадження в суспільствах у яких економічні потреби максимально задоволені. Практично виникнення соціального підприємництва слід пов'язувати з:

задоволеністю потреб, а також культурним рівнем розвитку людини; відходом від суспільства споживання;

поступовим переходом до моделі сталого розвитку.

Соціальний тип підприємництва, пов'язаний із культурою, ставленням людей до природи і залежить від рівня добробуту, багатства країни, тим самим відповідає суспільному інтересу у задоволенні потреб вищого порядку.

Відповідально заявляємо, що соціальне підприємництво найбільшою мірою відповідає концепції механізмів сталого розвитку, що характерно витікає із визначення цього поняття. З інтерпретації визнаної глобальної практики перспективного функціонування соціально-економічних систем – за твердженням вітчизняних науковців [24, с. 18–19], модель сталого розвитку є соціальною моделлю, а сталий розвиток як процес, механізм, спосіб досягнення цілей людства, спрямований на задоволення потреб сучасного покоління у контексті збереження ресурсів для майбутніх поколінь, шляхом їх ощадливого споживання [24, с. 18–19].

У контексті визначення суті, ролі і значимості соціального підприємництва, розуміння його як засобу практичної імплементації сталого розвитку погоджуємося також з думкою про те, що: «Адаптація України до змін постіндустріального суспільства повинна відбуватися шляхом пошуку таких форм господарської діяльності, які були б адекватні існуючим реаліям»

[24, с. 34]. У цьому контексті соціальне підприємництво є саме такою формою господарської діяльності, яку потрібно розвивати саме для сталого, соціально спрямованого розвитку економіки.

Таким чином, ролі соціального підприємництва пов'язані із забезпеченням сталого розвитку шляхом загального сприяння задоволенню потреб вищого порядку, які відповідають перспективі збереження активів планети для майбутніх поколінь, справедливого, соціально-спрямованого їх перерозподілу. При цьому сталий розвиток інтерпретуємо як одну із пріоритетних моделей еволюції економіки, соціуму, підприємництва у соціальному вимірі.

Теоретичні засади визначення сутності і ролей соціального підприємництва відповідають завданням із соціальної діяльності – за прикладом аналогічно за значимістю беремо господарську. Тим самим, стверджуємо, що у класичній економічній моделі підприємництва базу для розуміння становить господарювання економічного спрямування, а в соціальному – соціальні пріоритети, тобто соціальна діяльність.

Соціальна діяльність вважається похідною від економічної бізнес-діяльності, господарювання з неекономічною спеціалізацією – соціальні завдання у ньому переважають, а фінансово-економічні цілі стають другорядними – забезпечуючими.

Приклад соціального підприємництва – діяльність неприбуткових організацій у яких пріоритетом є вирішення соціальних проблем [3] спільноти людей зі спільними інтересами.

Таким чином можна стверджувати, що в основі соціального підприємництва лежать мотиви задоволення потреб вищого порядку, які формуються еволюційно і пов'язані з рівнем задоволеності економічних потреб, соціально-психологічними мотивами поведінки підприємців, а також інтелектуальним рівнем розвитку націй. Наявність, розвиток соціального підприємництва залежить від якості соціального капіталу, тобто рівня довіри, традицій міжособистісних взаємодій. Тому у теорії соціального підприємництва перетинаються методологічні аспекти соціології і економіки, тобто для забезпечення достовірності теоретико-методичних висновків, потрібно застосовувати синтез підходів обох наук. Тому більш ґрунтовно поведемо мову про соціальні аспекти господарювання, які становлять зміст визначення соціального підприємництва.

Соціальні аспекти господарювання і підприємства, які становлять фундаментальну основу теоретичних положень концепції соціального підприємства, розкриті у працях зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема: А. Сміта [21] (досліджував причини багатства народів, приділивши значну увагу соціальній складовій результатів господарювання, зокрема розподілу створеного продукту між соціальними групами населення держави) [21]; Т. Веблена [6] (розглядав виробничу систему підприємства як соціальну) [6]; М. Вебера [5] (досліджував соціологічні засади взаємодії людей в організації, їх поведінки в структурі підприємницького процесу) [5];

Й. Шумпетер [25] (запропонував основоположні ідеї класичного підприємництва у тому числі з урахуванням соціальних результатів як наслідків втілення інновацій) [25]; М. Туган-Барановський [23] (розкрив і обґрунтував значимість кооперативу як соціальної організації, підприємства із соціальними функціями) [23]; Р. Оуен за твердженням М. Блауга [12] був прихильником соціалізації господарської діяльності шляхом колективного ведення економічних дій, зокрема через кооперацію [12]; М. Юнус [26] (вибудував науковий підхід до механізму поширення соціального підприємництва в середовищі бідних людей) [26]; Г. Матвієнко-Беляєва [13] (розглядає соціальне підприємництво як ефективний гібридний бізнес феномен) [13]; І. Березняк [1] (соціальне підприємництво визначено як благодійну діяльність) [1]; М. Куц [11] (обґрунтовуються соціологічні моделі оцінок розвитку відносин в соціальному підприємстві) [11]. Серед досліджень проблем соціального підприємництва та підприємництва загалом, організації економічних відносин, господарської діяльності також, виділяємо праці: І. Босак [2; 3], М. Наумова [15], Н. Добрава [7], Д. Попович [16], В. Звонар [9], Н. Проць [17] та інших.

Концепція соціального підприємництва є наслідком процесу тривалої еволюції економічних відносин. Феномен соціального підприємництва виник у результаті пошуку нових, інноваційних способів поширення благ цивілізації на широке коло споживачів. Вважаємо, що ця концепція соціального підприємництва має особливості пізнання, а також визнання такої діяльності як ефективного механізму поширення благ цивілізації на широкі верстви населення.

Ідейний натхненник, основоположник сучасної теорії підприємництва як явища заснованого на інноваціях, Й. Шумпетер [25], теоретичну концепцію соціального підприємництва розглядав у відповідності до визначення економічних наслідків господарювання, завдяки яким підприємство виконує соціальну функцію. Ставлячи на перше місце економічні факти функціонування підприємництва Й. Шумпетер [25] згадує і про соціальні, говорячи про економічний розвиток загалом як наслідок діяльності підприємця для виробництва товарів. Він чітко висловлюється в соціальному плані про те, що: «...важливість усіх інших товарів теж залежить від задоволення потреб. Вони виконують цю функцію тією мірою, якою сприяють створенню споживчих товарів» [25, с. 39]. Отже, концептуальна основа підприємництва за Й. Шумпетером означає розуміння цього явища як економічної функції, але за результатом соціального представлення в системі суспільного розвитку. Тобто у його вченні присутні ідеї соціального підприємництва як похідної від результатів господарювання – благ, які передаються споживачеві за відповідну плату, але ці блага задовольняють потреби членів соціуму.

Значний внесок у формування теорії соціального підприємництва, його першооснов, здійснив М. Туган-Барановський [23] – через активну популяризацію ідей кооперування. За висновками М. Туган-Барановського [23],

кооперація виходить далеко за межі виробництва, тому кооператив є соціальним підприємством, заснованим на засадах взаємної допомоги (авт.); є формою самооборони трудящих [23, с. 219]; кооператив є підприємство, котре не прагне капіталістичного прибутку [23, с. 221]. Ці тези наводять нас на думку про те, що М. Туган-Барановський вже в кінці дев'ятнадцятого – на початку двадцятого століття, усвідомлював важливість соціальної моделі підприємства.

У наш час дослідження соціального підприємництва проводить відомий вчений Нобелівський лауреат М. Юнус [26], який розробив і запропонував фундаментальні основи соціального підприємництва як явища, механізму, здатного реально сприяти забезпеченню зростання добробуту населення.

Парадигма соціального підприємництва також отримує розвиток у зв'язку з дослідженнями Г. Матвієнко-Беляєвої [13] – розглядає його як гібридний бізнес феномен – розвиток соціальної бізнес-ідеї, але з комерційною складовою» [13]; І. Березняк [1] вважає, що: «соціальне підприємництво знаходиться на стику традиційного підприємництва та благодійності»; «...бере від благодійності соціальну спрямованість діяльності, а від бізнесу – підприємницький підхід» [1]; М. Куц [11]: розглядає соціальне підприємництво в широкому розумінні, як функцію будь-якого бізнесу, що спрямований на створення благ для суспільства, зазначає, що «...будь-який бізнес можна розглядати як соціальне підприємництво з погляду інституційних схем» [11]. Логічно було б сказати, що теоретики соціального підприємництва наголошують на його неприбуткових, неекономічних статусах, заснованих на спроможності власника такого підприємства альтруїстично господарювати – не беручи до уваги необхідність отримання прибутку. Проте, на нашу думку, сенс неприбуткового статусу соціального підприємництва опосередковано забезпечує іншим учасникам ринку різні економічні вигоди і вони їх отримують за рахунок спрощення транзакцій обміну. Дослідження соціального підприємництва в сучасній соціально-економічній науці є надзвичайно динамічними, забезпечують якісне накопичення знань. Проте ця сфера відносно нова, адже сучасні світові тенденції розвитку науки про підприємництво включають не лише традиційну економіку господарювання, але й соціологію. Це передбачає вивчення соціальних форм підприємництва як похідних від комерційної діяльності, таких, що зорієнтовані на неприбутковість, створення організаційного механізму формування соціальних результатів. Тому у теорії соціального підприємництва економіка, економічний розвиток, сприймаються як забезпечуючий фактор (табл. 1).

Економічні теорії розуміння соціального підприємництва

Теорія	Відношення до соціального підприємництва
Класична теорія про багатство і розвиток націй <i>Ж.-Б. Сей, А. Сміт</i>	Загальні класичні аспекти оцінки соціальних наслідків господарської діяльності
Теорія підприємництва і систем господарювання <i>Р. Кантілон, Й. Шумпетер, Х. Бергман</i>	Основоположні ідеї підприємництва з визначенням його соціальних функцій
Методологія соціально-наукового пізнання <i>М. Вебер</i>	Дослідження соціальних зв'язків членів колективу
Теорія кооперації <i>Р. Оуен, Ф. Райффайзен, М. Туган-Барановський</i>	Розробка і пропагування теоретичних засад кооперації як способу спільного вирішення економічних проблем
Інституційна теорія <i>Т. Веблен, А. Грейф</i>	Розкриття засад інституційної взаємодії в організаціях, дослідження чинника соціального розвитку
Теорії трансформацій, соціального розвитку і соціального капіталу <i>Дж. Коулмен, Ф. Фукуяма</i>	Теоретико-практичний аспект трансформації соціальних відносин і зв'язків в організаціях

Джерело: систематизовано автором на основі вивчення літературних джерел

Загалом, теорія соціального підприємництва виникла у результаті еволюції – це явище з'явилося як результат пошуку шляхів соціалізації бізнесу, більш широкого охоплення ринку, для задоволеності потреб суспільства. На основі аналізу літературних джерел пропонуємо визначення основних характеристик соціального підприємництва (табл. 2).

Таким чином, соціальне підприємство є функцією спеціалізованих організаційних структур, які забезпечують вирішення соціально-економічних проблем, не ставлячи за головну мету виключно отримання прибутку. Соціальні підприємства відрізняють від інших функціональною приналежністю до структур, які забезпечують задоволення соціальних потреб, або надання такої можливості для соціально вразливих верств населення.

Основні характеристики соціального підприємництва

Характеристики	Відношення до класичного підприємництва
Альтруїзм – пріоритет у вирішенні соціальних проблем, зокрема і на засадах безприбутковості	Протилежність – класичне підприємництво передбачає обов’язкове задоволення критерію прибутковості – це головна його мета
Зміни якостей соціального розвитку – покращення соціальної складової динаміки розвитку суспільства	Економічні критерії результативності – пріоритет отримання прибутку шляхом продуктивного перетворення ресурсів, забезпечення підвищення матеріального добробуту

Джерело: запропоновано на основі аналізу літературних джерел і практичних висновків

Розділ 2. Еволюція розвитку соціального підприємництва

Концептуальна основа соціального підприємництва – наукове і практичне усвідомлення соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством. В цілому є підстави вважати, що еволюція теоретичних основ концепції соціального підприємництва є досить тривалою у часі, вона продовжується і лише в останні десятиліття це явище набуло практичного поширення, а також наукового визнання як системи відносин зі створення товарів, послуг, задоволення соціально-побутових потреб, у яких беруть участь соціальні підприємці та споживачі, держава, діють на підприємницьких засадах, але отримання прибутку у такій діяльності не є головною метою.

Сучасні умови розвитку економіки і суспільства базуються на тенденціях систематичного пошуку інноваційних шляхів організації вирішення економічних, господарських, соціальних та багатьох інших проблем з якими стикається людство. Для цього впроваджується інновації у розвитку підприємництва, формуванні його організаційних моделей за цілями, сферами здійснення бізнесу. Актуальною для сучасності, інноваційною формою організації бізнесу є соціальне підприємництво.

Важливість цього питання для науки і практики очевидна, адже в сучасному світі підприємництво як явище виходить далеко за межі економічної складової, проникаючи у соціальну, екологічну, природничу та інші сфери.

Реалізація соціальних цілей, виконання підприємництвом ролі фактора задоволення потреб членів суспільства, постійно потребує інновацій, у тому числі організаційного спрямування. Базовою основою побудови процесу підприємницької діяльності залишаються класичні принципи, сформульовані

ще Й. Шумпетером [25]. Згідно з його вченням підприємницький підхід до реалізації господарських та інших цілей в економічній системі означає креативне поєднання праці, капіталу, підприємницького таланту з метою отримання прибутку [25].

Традиції ведення, організації підприємництва ідеологічно базуються на класичній моделі, але змінюються, з'являються інноваційні форми, типи структур організації бізнесу, до яких відноситься соціальне підприємство. Концепція соціального підприємства має наукову і практичну перспективу. Соціалізація результатів діяльності людини, поширенням благ серед широких верств населення означає, на нашу думку, критерій інноваційності організації бізнесу.

В теорії соціального підприємства, розуміння характеристик цього явища пов'язане із соціальною діяльністю на підприємницьких засадах, а основою даного процесу є характеристики підприємства на соціальних засадах. Цей висновок у значній мірі означає сутність соціального підприємства як інноваційної форми організації бізнесу.

Аналізуючи еволюцію соціального підприємства як інноваційної форми організації бізнесу зазначимо, що визнаним фундатором теоретичних основ цього явища на сучасному етапі розвитку людства є М. Юнус [26] лауреат Нобелівської премії за результативні дослідження саме з цієї проблематики.

Теорія соціального підприємства як самостійна дисципліна виникла на базі систематизації традицій з надання соціальних послуг і є новітньою сферою. Проте, теоретичні положення дослідження соціального аспекту підприємства формувалися з поступовим розвитком людства. Формуючи бачення висновку з оцінки чинників еволюції теорії соціального підприємства, вважаємо, що її основу становить загальна теорія, знання основ класичного підприємства і засад соціальних відносин.

Зарубіжний досвід соціального підприємства вже має певну позитивну практику. Як зазначено у праці Н.В. Ільченко [10]: «У США, Канаді та Західній Європі» існує 30-ти річна практика створення та функціонування соціальних підприємств з метою вирішення місцевих економічних та соціальних проблем [10]. На нашу думку, у порівнянні з Україною ці країни пішли далеко вперед в питаннях державної політики стимулювання і безпосередньо щодо тенденцій фактичного розвитку соціального підприємства.

З цим же автором (Н.В. Ільченко) погоджуємося про те, що в нашій державі дотепер відсутній достатній рівень знань як у громадському, так і у державному секторі, його відмінність від інших форм підприємства, важливість та роль для розвитку соціальної громади [10].

Від себе додамо, що існують також проблем: відсутності національних традицій надання соціальних послуг на підприємницьких засадах; перебування підприємців у стані постійної невизначеності щодо пріоритетів державної регуляторної політики; очікування традиційно можливих змін

економічного курсу; низький рівень довіри в суспільстві і небажання вкладати кошти у соціальні програми.

Еволюція соціального підприємництва як практичної діяльності і наукової теорії пов'язана із розвитком економіки, соціуму, формуванням добробуту. Мотивації створювати соціальні підприємства забезпечуються економічними можливостями, а також залежать від стану, спроможностей людей задовольняти потреби.

Соціальне підприємництво пов'язують з діяльністю неприбуткових організацій, а їх засновники, учасники, обирають за пріоритет не отримання прибутку, а вирішення соціальних, суспільних проблем [3]. Головна вигода для соціального підприємця – вирішення суспільних проблем спільноти людей зі спільними інтересами, території тощо.

Вважаємо, що соціальне підприємництво як інноваційну форму організації бізнесу ідентифікують за ознаками: спрямуванням діяльності – неприбутковий характер; структурною позицією в економічному середовищі – агент змін у соціальному секторі ринку; організаційною структурою – формою правового впорядкування відносин засновників; функціональною спрямованістю – сферою, завданнями статутної діяльності; галузевою приналежністю – сферою представлення створюваного продукту на ринку.

Таким чином, соціальне підприємництво ідентифікують за такими основними ознаками:

1) за цільовим спрямуванням діяльності – неприбутковий характер ведення;

2) за структурною позицією в економічному середовищі – агент змін у соціальному секторі ринкової системи;

3) за організаційною структурою – формою правового впорядкування відносин засновників;

4) за функціональною спрямованістю – сферою, завданнями статутної діяльності;

5) за галузевою приналежністю – сферою представлення створюваного продукту на ринку.

На нашу думку, соціальне підприємництво (організаційно – підприємство) є вищою формою підприємницької діяльності, у якій матеріальна вигода не самоціль, а опосередкований, забезпечуючий елемент. Характерним його розвиток є для таких економічних систем, у яких практикується реалізація політики сталого і особливо інклюзивного розвитку. Проте, на перших головним чинником розвитку соціального підприємництва є держава, за наявності достатніх вільних фінансових ресурсів, а також бізнесмени – філантропи.

Для результативного розвитку соціального підприємства потрібен соціальний капітал, який за призначенням може бути втрачено у сенсі окупності бізнесового проекту. Пріоритет соціального підприємництва – вирішення соціальних проблем.

Посилення ролі соціального підприємництва у формуванні суспільного добробуту пов'язуємо з динамічністю економік, рівнем задоволеності потреб, а також культурним рівнем розвитку людини.

Головний чинник виникнення, практичного поширення цього виду діяльності, полягає в усвідомленому, науково-обґрунтованому відході від суспільства споживання до моделі сталого розвитку. Тому соціальний тип або ж вид підприємництва, пов'язаний із культурою, ставленням людей до природи і залежить від рівня добробуту. Припускаємо наявність зв'язку поширеності соціальних підприємств з культурним рівнем розвитку нації, а також багатством країни.

Сучасні умови розвитку економіки і суспільства базуються на тенденціях систематичного пошуку інноваційних шляхів організації вирішення економічних, господарських, соціальних та багатьох інших проблем з якими стикається людство. Для цього впроваджується інновації у розвитку підприємництва, формуванні його організаційних моделей за цілями, сферами здійснення бізнесу.

Актуальною для сучасності, інноваційною формою організації бізнесу є соціальне підприємництво. Важливість цього питання для науки і практики очевидна, адже в сучасному світі підприємництво як явище виходить далеко за межі економічної складової, проникаючи у соціальну, екологічну, природничу та інші сфери.

Традиції ведення, організації підприємництва ідеологічно базуються на класичній моделі, але змінюються, з'являються інноваційні форми, типи структур організації бізнесу, до яких відноситься соціальне підприємництво.

Концепція соціального підприємництва має наукову і практичну перспективу. Соціалізація результатів діяльності людини, поширенням благ серед широких верств населення означає, на нашу думку, критерій інноваційності організації бізнесу.

Вчені дійшли висновку і ми його цілком поділяємо про те, що для соціального підприємництва характерні принципи: соціальної відповідальності; зацікавленості у допомозі і взаємній підтримці; колегіальності у прийнятті рішень; кооперування. Концепція соціального підприємництва як така, що базується на переважанні соціальних вигод над економічними – моделі побудови економіки, у якій соціальні чинники переважають над економічними.

Формування суспільного добробуту націй, спільнот, індивідів у сучасному глобалізованому світі, залежить від багатьох чинників. Вирішальний серед них – підприємництво як економічна модель поєднання ресурсів і капіталу для досягнення цілей продуктивності, створення додаткового продукту тощо. Підприємництво охоплює багато сфер, з яких інноваційним за значимістю створюваних благ вважаємо соціальне.

Соціальне підприємництво є актуальним трендом сучасності і перспективою майбутнього. Воно стрімко поширюється у світі й набуває розвитку в Україні, завдяки відповідним мотиваціям людей жити краще.

На переконання М.Р. Куц [11], «соціальна» підприємливість як критерій належності до соціальної сфери може стати визначальною для економічного успіху бізнесу, і навпаки – успіх у неприбутковій сфері потребує підприємливості – може виникати концептуальне нерозуміння з погляду практиків впровадження соціального підприємництва» [11].

«Мотивація створювати соціальне підприємство може бути залежною від інституційних схем та створює плутанину в розумінні ролі та значення у веденні соціально орієнтованої діяльності» [11].

Дослідження мотивацій соціального підприємництва носить міждисциплінарний характер, адже до їх здійснення залучаються загальнонаукові методи, а також методи економічної науки, соціології. Методично ставка робиться на вивчення зв'язку економічних і соціальних мотивацій у механізмі побудови соціально-орієнтованого бізнесу, який ставить за мету не лише капіталізацію активів, а й провадження дій на вирішення соціальних проблем суспільства, території, населеного пункту тощо.

За висновком М.Р. Куц [11], західна економічна наука визначає соціального підприємця як підприємця в громадському секторі суспільства, який діє через місію у створенні та підтримці соціальної цінності, визначення та постійний пошук нових можливостей для здійснення цієї місії, постійного процесу інновації, сприйняття та навчання, сміливої дії без сподівання на наявні ресурси, відповідальності перед тими, кому допомагають та за наслідки своєї діяльності [11]. З практичного погляду соціальне підприємство – це організація чи підприємство в організації, яка просуває соціальну місію через впровадження стратегії ринкових підходів [11].

Мотивації соціального підприємництва сформовані системою переконань підприємця і ці мотивації, якщо взяти до уваги концепцію А. Маслоу, перебувають на «вершині» піраміди потреб. Це мотиви, сформовані потребами вищого порядку, які виникають після задоволення матеріальних потреб. Тому мотивація соціального підприємництва складний процес у якому задіяні багато факторів, чинників, з якими слід пов'язувати цей вид підприємницької діяльності.

Висновки

Незадовільний рівень розвитку, практична відсутність розгалуженої мережі соціальних підприємств в Україні, тим більше на селі, необхідно пов'язувати з тривалим перебуванням нашого суспільства в ситуації, коли матеріальні потреби не було можливості достатньо задовольнити. Навіть дотепер до тепер більшість потенційних і фактичних підприємців соціальному фактору надають другорядного значення, віддаючи перевагу матеріального виробництва.

Соціальне підприємництво можна вважати ефективним універсальним механізмом розширення кола споживачів товарів і послуг, способом сприяння задоволення потреб вразливих соціальних груп. Підстава для

такого визначення – соціальний підхід до діяльності з пріоритетом надання соціальних послуг, виробництво продукції для реалізації її за соціальними цінами або ж цільовими групами соціально незахищених споживачів.

На практиці соціальне підприємництво відбулося здебільшого у чутливих для держави, суспільства сферах. Наприклад, для агропродовольчої сфери характерні підприємства, які за підтримки держави, бізнесменів-філантропів виробляють соціальне продовольство, реалізують його на спеціальних торговельних майданчиках за соціальними цінами. Задоволення потреб якомога ширшого кола людей, означає характер сучасної ролі соціального підприємництва у формуванні суспільного добробуту.

Виключність сучасної ролі соціального підприємництва пов'язана з тим, що соціальні підприємці спроможні (за призначенням саме так діють) забезпечувати доступ соціально вразливих за доходами верств населення до необхідних для нормального життя видів товарів і послуг. Особливо це стосується продовольчої складової, адже соціальні підприємства спершу з'явилися в секторах господарювання, які покликані задовольняти найпервинніші потреби життя людей. Сьогодні цей тип бізнесу має значне поширення у різних країнах і за формою організації, механізмом функціонування становить приклад для інших галузей, які поступово долучаються до соціальних програм підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Березяк, І.І. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2014. Вип. 25. С. 31.
2. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / пер. з англ. І. Дзюб. Київ : Основи, 2001. 670 с.
3. Босак І.П. Соціальне підприємництво: основні ознаки та особливості розвитку. *Наукові записки [Української академії друкарства]*. 2017. Вип. (54). С. 99–104.
4. Босак І.П. Франчайзинг як форма організації підприємницької діяльності. *Наукові записки [Української академії друкарства]*. 2014. Вип. 4(49). С. 93–97.
5. Вебер Макс. Протестантська етика і дух капіталізму / пер. з нім. Олександр Погорілий. Київ : Наш формат, 2018. 216 с.
6. Веблен Торстейн. Теорія делового підприємства / перс. с англ. Москва : Дело, 2007. 288 с.
7. Доброва Н.В. Соціальне підприємництво. *Економічні інновації*. 2015. Вип. 59. С. 112–117.
8. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Ред.кол.: ... С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ : Видавничий центр «Академія». 2000. 864 с.
9. Звонар В.П. Соціальне підприємництво в контексті викликів довготривалого безробіття в Україні. *Економіка та суспільство*. 2016. № 5. С. 294–298.
10. Ільченко Н.В. Соціальне підприємництво як інструмент економічного та соціального розвитку територіальної громади. *Економіка та держава*. № 12. 2010. С. 127–129. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2010_12_41 (дата звернення: 05.06.2019).
11. Куц М.Р. Соціальне підприємництво: основні ідеї та перспективи дослідження в соціології. *Наукові записки НАУКМА. Соціологічні науки*. 2015. Т. 174. С. 51–55. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMA_s_2015_174_10 (дата звернення: 03.06.2019).
12. Марк Блауг 100 великих економістів до Кейнса / пер. с англ. под ред. А.А. Фофонова. СПб. : Экономическая школа, 2005. 352 с.

13. Матвієнко-Беляєва Г.Л. Соціальне підприємництво: ефективний гібридний бізнес феномен. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Випуск 14. С. 461–466. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/64.pdf (дата звернення: 10.05.2019).
14. Мочерний С.В., Ларіна Я.С., Устенко О.А., Юрій С.І. Економічний енциклопедичний словник: У 2 т. Т. 2 / За ред. С.В. Мочерного. Львів : Світ, 2006. 568 с.
15. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 4. С. 34–39.
16. Попович Д.В. Соціальне підприємництво як перспективний інструмент вирішення проблем сучасного суспільства. *Молодий вчений*. 2017. № 5. С. 701–705.
17. Проць Н. Соціальне підприємництво. Досвід Норвегії. URL: <http://lcci.com.ua/socialne-pidpruyemnuystvo-dosvid-norvegiji/> (дата звернення: 20.05.2019).
18. Райзберг Б.Г. Азбука предпринимательства. Москва : Экономика, 1995. 333 с.
19. Розвиток підприємництва і кооперації: інституціональний аспект : монографія / [Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Заяць В.М. та інші]. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2016. 430 с.
20. Сизоненко В. Теорія підприємництва: здобутки і проблеми дослідження. *Економіка України*. 2002. № 9. С. 45–51.
21. Сміт Адам. Дослідження про природу і причини багатства народів / пер. з англ. О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. Київ : Наш формат, 2018. 736 с.
22. Соціологічна енциклопедія / Укладач В.Г. Городяненко. Київ : Академвидав, 2008. 456 с. (Серія «Енциклопедія ерудита»).
23. Туган-Барановський, М.І. Політична економія: курс популярний. Київ : Наукова думка, 1994. 264 с.
24. Хвесик М.А. Економіка природокористування: вектори розвитку : монографія. Київ : ДУ ІЕПСР НАН України, 2019. 398 с.
25. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / пер. з англ. Василя Старка. Київ : Києво-Могилянська академія, 2011. 242 с.
26. Юнус М. Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма / перс. с англ. Ирина Савельева. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2010. 307 с.