



УДК 338.4

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СЕРВІСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вадим Ратинський; Надія Синькевич

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна*

Резюме. У світі бурхливо розвивається таке явище, як соціальне підприємництво. Визначального значення набувають стійкості та вимірності досягнутих соціальних результатів. Соціальний підприємець змінює інфраструктуру суспільної системи. Соціальне підприємництво сприймається як чинник створення нової економічної інфраструктури. В даний час соціальне підприємництво орієнтоване на вирішення соціальних проблем на базі бізнесу, які часто неможливо вирішити стандартними механізмами втручання держави або через некомерційні організації. Для розвитку соціального підприємництва необхідно створення великої законодавчої бази, що регулює глобальне соціальне підприємництво; збільшення ролі держав у фінансуванні соціальних проектів на початкових етапах; інформування громадськості та органів влади про роль і діяльність соціальних підприємців. На етапі розвитку суспільства спостерігається стійке зростання занепокоєння світового співтовариства щодо подальших шляхів розвитку людства. Справді, зміни, викликані розвитком науки і техніки, глобалізацією та створенням єдиного загальносвітового інформаційного простору, погіршення довкілля та поглиблення соціальних протиріч – характерна риса сучасного постіндустріального суспільства. З зазначеними проблемами збігається закінчення фази швидкого зростання в рамках п'ятого технологічного укладу й настання світової фінансово-економічної кризи. Реалізація соціальних проектів бізнесу, що припадає на стик соціальної та економічної сфер з ослабленим впливом на екологічну, займає важливе місце серед дій, що підвищують стійкість співтовариств різного рівня. Розглянуто особливості соціального підприємства й характеристики соціального підприємця. Концепція соціального підприємництва досі залишається недостатньо вивченою, що підтверджується великою кількістю теоретичних та обмеженою кількістю емпіричних досліджень у цій галузі. Основним фактором, що вирізняє соціальне підприємництво від традиційного, є наявність соціальних можливостей, які можуть використати підприємці. В результаті проведеного аналізу уточнено основні поняття соціального підприємництва, визначено характеристики, особливості соціального підприємства, проаналізовано типи й мотиви соціального підприємництва.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальні бізнес-проекти, корпоративна та соціальна відповідальність бізнесу, сталий розвиток.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.04.129

Отримано 14.09.2022

UDC 338.4

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT SERVICE ENTERPRISES

Vadym Ratynskiy; Nadiya Synkevych

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University, Ternopil, Ukraine

Summary. Nowadays, such a phenomenon as social entrepreneurship is rapidly developing in the world. Sustainability and measurability of achieved social results are of decisive importance. A social entrepreneur changes the infrastructure of the social system. Social entrepreneurship is perceived as a factor in the creation of a new economic infrastructure. Currently, social entrepreneurship is focused on solving

social problems on the basis of business, which often cannot be solved by standard mechanisms of state intervention or through non-profit organizations. For the development of social entrepreneurship, it is necessary to create a large legislative framework that regulates global social entrepreneurship; increasing the role of states in financing social projects at the initial stages; informing the public and authorities about the role and activities of social entrepreneurs. At the stage of society's development, there is a steady increase in concern of the world community about the further ways of human development. Indeed, the changes caused by the development of science and technology, globalization and the creation of a single global information space, the deterioration of the environment and the deepening of social contradictions are a characteristic feature of modern post-industrial society. The end of the phase of rapid growth within the framework of the fifth technological system and the onset of the global financial and economic crisis coincide with the mentioned problems. The implementation of social business projects, which falls on the interface of social and economic spheres with a weakened influence on the ecological one, occupies an important place among actions that increase the sustainability of communities of various levels. The article considers the features of a social enterprise and the characteristics of a social entrepreneur. The concept of social entrepreneurship is still understudied, which is confirmed by a large number of theoretical and limited empirical studies in this area. The main factor that distinguishes social entrepreneurship from the traditional is the presence of social opportunities that entrepreneurs can use. As a result of the analysis, the basic concepts of social entrepreneurship were clarified, the characteristics and features of a social enterprise were determined, and the types and motives of social entrepreneurs were analyzed.

Key words: social entrepreneurship, social business projects, corporate and social responsibility of business, sustainable development.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.04.129

Received 14.09.2022

Постановка проблеми. У сучасних дослідженнях у сфері бізнесу та менеджменту соціальне підприємництво є однією з областей, що найактивніше досліджуються. Концепція соціального підприємництва все ще залишається недостатньо вивченою, що підтверджується великою кількістю теоретичних та обмеженою кількістю емпіричних досліджень у даній галузі. Основним фактором, що відрізняє соціальне підприємництво від традиційного, є наявність соціальних можливостей, які можуть використовувати підприємці. Соціальне підприємництво стає популярним у всьому світі. Воно займає місце в одному ряду з такими загально визнаними явищами, як некомерційні ініціативи, благодійність, соціальна відповідальність. Існування проблем соціального характеру – невід’ємний атрибут будь-якого суспільства. Причина цього – неможливість забезпечити всім членам суспільства рівні можливості самореалізації в усіх сферах. У соціальному підприємстві людина пред’являє вищі вимоги до співвідношення економічної ефективності та соціальної справедливості, в результаті чого вирішує самостійно боротися з проблемою, яка є своєрідним подразнюючим фактором.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових праць в області соціального підприємництва показує, що вчені протягом багатьох років з різних теоретико-методологічних позицій зверталися до проблем соціального підприємництва. Існування траєкторії стійкого розвитку цього поняття обґрунтовано у фундаментальних роботах дослідників економічної думки – Dees J [4], Martin R. L., & Osberg S. [6], Throsby D. [10], Peredo A. M., & McLean M. [8] та інших.

Не зважаючи на значний внесок вищезгаданих та інших авторів у рішення актуальних завдань у просторі окресленої проблематики, теоретичні та методологічні проблеми соціального підприємництва вимагають подальшого дослідження. Це пов’язано з недостатнім дослідженням низки проблем методології дослідження явища підприємницької діяльності в контексті соціальної значущості. Будучи перспективною й швидкозростаючою областю дослідження, концепція соціального підприємництва все ще залишається недостатньо вивченою, що підтверджується великою кількістю теоретичних та обмеженою кількістю емпіричних досліджень у даній галузі. Поняття

соціального підприємництва багатогранне й відображає широкий спектр властивих йому завдань та особливостей [9]. Вчені продовжують вивчати підприємницький процес, підприємницьку поведінку та розглядати соціальні потреби в соціальному підприємстві [2, 5, 13].

Постановка завдання й методи дослідження. Для аналізу літератури відібрано статті, опубліковані в академічних наукових журналах у період 1998–2021 рр. При аналізі публікацій застосована класифікація досліджень для виділення найпопулярніших напрямів та виявлення основних характеристик аналізованих публікацій. Проведений аналіз літератури дозволив визначити основні напрями досліджень соціального підприємництва та намітити можливі напрямки майбутніх досліджень. Численні дослідження сутності соціального підприємництва виявили, що досі немає єдиного визначення поняття «соціальне підприємство». Дослідники стверджують, що огляд літератури фрагментований і немає єдиної узгодженої теоретичної основи. Концептуалізація соціального підприємництва не враховує унікальні характеристики соціальних підприємств та контекст, у якому вони мають працювати [11].

Визначення соціального підприємництва перетинаються з класичними підходами до аналізу підприємництва, як стверджують багато вчених. Автори наголошують, що ключовим словом у категорії соціального підприємництва є «підприємство», а «соціальність» відіграє лише модифікуючу роль [6, 7]. Дослідники запропонували класифікацію визначень соціального підприємства: це інклюзивні та ексклюзивні визначення. В інклюзивні визначення включені елементи: «кількість суб'єктів, соціальні ідеї, можливості та система організацій». Ексклюзивні визначення відрізняються меншою кількістю перелічених елементів [9]. Одне з основних визначень соціального підприємства – це місія зі створенням соціальних цінностей, вивченням та формуванням нових можливостей та інновацій з необмеженим використанням ресурсів, а також високим почуттям відповідальності за підприємницьку діяльність [4]. Багато авторів вважають, що «соціальне підприємство охоплює діяльність та процеси, що визначають і використовують можливості для підвищення добробуту суспільства шляхом створення нових підприємств або управління існуючих організацій в інноваційній манері» [12].

Виклад основного матеріалу. Кризові явища ще більше загострили економічні, соціальні та екологічні проблеми сучасного суспільства. Численні дискусії та дослідження в цій галузі, що проводилися на різних рівнях, призвели до появи нової глобальної концепції розвитку людства, що здобула популярність під ім'ям «концепція сталого розвитку» (Sustainable development concept). Хоча ця концепція має ряд трактувань, основним є таке: під сталим розвитком розуміється розвиток, у якому суспільство «задовольняє потреби теперішнього часу, навіть не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби» [1]. Отже, можна сказати, що цілі сталого розвитку збігаються з цілями цивілізації загалом. Сталий розвиток можна охарактеризувати як соціально бажаний, економічно життєздатний та екологічно стійкий розвиток суспільства. Така характеристика отримала назву «триєдина модель». Йдеться про тісний взаємозв'язок екологічних, соціальних та економічних цілей, на задоволення яких у комплексі й націлений сталий розвиток [2]. При цьому подібний підхід застосовується як до людства в цілому, так і до спільнот нижчого рівня – окремих народностей, міст, організацій тощо.

З огляду на загальну складність концепції сталого розвитку, ряд її аспектів досі залишається недостатньо опрацьованим. Зокрема, дискусійними є критерії зарахування тієї чи іншої дії до підвищення стійкості розвитку співтовариств того чи іншого рівня. Проте, виходячи із зазначеного вище визначення триєдиної моделі сталого розвитку, можна казати про те, що дія підвищує стійкість співтовариства, якщо тією чи іншою

мірою сприяє (максималістичний підхід) або хоча б не перешкоджає (мінімалістичний підхід) його одночасному розвитку в економічному, соціальному та екологічному планах. Зрозуміло, ступінь впливу тієї чи іншої на різні сфери розвитку суспільства варіюється. Дії, що припадають на стик економічної та соціальної сфер і меншою мірою торкаються сфери екологічної, дуже численні. Чільне місце серед них займає соціальна відповідальність бізнесу – тема, що останнім часом часто є предметом обговорень та досліджень. Дещо рідше, але також досить широко обговорюється й поняття «соціальне підприємництво».

Отже, що таке соціальне підприємництво? Цей термін (Social entrepreneurship) з'явився у спеціалізованій літературі в 1960–1970-х роках, що за часом збігається з формуванням концепції сталого розвитку в її сучасному розумінні. Тим не менш, єдине усталене визначення соціального підприємництва досі відсутнє, хоча в цілому всі вони більш-менш подібні між собою, і в загальному вигляді визначають соціальне підприємництво як вирішення соціальних проблем бізнес-структурами в ході їх основної діяльності. Однак, як уже зазначалося, суперечки серед фахівців щодо того, кого саме вважати соціальним підприємцем, продовжуються досі, як і дискусії щодо існування соціального підприємництва. Часто з цим терміном пов'язуються інші види соціально-орієнтованої діяльності, такі, як благодійність і меценатство, діяльність громадських активістів та екологів. Інші визначення кваліфікують соціальне підприємництво як альтруїстичну форму бізнесу тощо. У принципі, формулювання чіткого визначення соціального підприємництва неможливе без встановлення його функцій та відмінностей від інших видів соціально-орієнтованої діяльності, визначення його меж та критеріїв [8].

Оцінюючи на базовому рівні взаємини підприємницьких структур і суспільства, звернемося до визначення власне підприємництва. Існує ряд визначень підприємницької діяльності – у словниках (тлумачних, фінансово-економічних та інших), спеціалізованій літературі та навчальних посібниках, які в абсолютній більшості своїй сходяться у виділенні двох основних ознак підприємницької діяльності:

1. Прийняття підприємцем усіх ризиків своєї діяльності.
2. Орієнтація підприємця на отримання прибутку.

При цьому орієнтація на досягнення прибутку є у визначенні підприємництва ключовим, оскільки ризики існують у будь-якому виді людської діяльності.

Взаємини підприємництва та суспільства є дуже складними. З одного боку, в умовах ринкової економіки підприємець орієнтується на попит, що генерується суспільством, і задовольняє його за допомогою своєї діяльності – виробництвом товарів, пропозицією послуг і т.д. Таким чином, оскільки кінцевим споживачем продуктів підприємницької діяльності є суспільство, можна казати про рішення бізнес-структурами соціальних завдань вже за рахунок основної своєї діяльності. Підприємець мимоволі змушений задовольняти потреби суспільства, інакше він не зможе реалізувати свою продукцію в належному обсязі й або закrije бізнес через його збитковість, або його підприємство буде знищено в конкурентній боротьбі. У контексті підвищення якості життя суспільства від підприємця, дотримуючись цієї логіки, потрібне дотримання законодавчих норм, підтримання якості продукції та її ціни на прийнятному рівні.

Кажучи загалом про критерії, які характеризують соціальне підприємництво, треба сказати, що, як і у випадку з визначенням, єдині критерії соціального підприємництва також не прийняті. Проте здебільшого дослідники [3, 6] виділяють такі ознаки, за якими діяльність підприємця може бути віднесена до соціального підприємництва (на рис. 1):

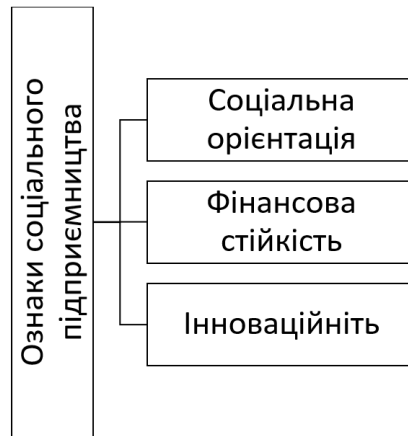


Рисунок 1. Ознаки соціального підприємництва

- соціальна орієнтація (діяльність підприємницької структури спрямована на вирішення/пом'якшення існуючих соціальних проблем);
- фінансова стійкість (вирішення компанією соціальних проблем вирішується з допомогою доходів, отримуваних від основної діяльності підприємства);
- інноваційність (у своїй роботі підприємницька структура застосовує нові способи роботи).

Іноді до зазначених критеріїв додаються такі, як масштабованість (діяльність підприємницької структури може бути запозичена іншими компаніями та ринками) [9] або «підприємницький підхід» до ведення діяльності [10].

Соціальне підприємництво підвищує економічну ефективність, вводить в обіг ресурси, які раніше в такій якості не використовувалися. Причому це стосується не використаних не тільки матеріальних, а й людських ресурсів, наприклад, соціально виключених груп. Працюючи з бідними або обділеними верствами населення, бізнес може не тільки отримувати прибуток, але й розширювати ринок і створювати величезну кількість нових споживачів. Для цього необхідно налагодити співпрацю бізнесу та місцевої влади.

Соціальне підприємництво має такі особливості:

- соціальне призначення організації, тобто соціальний ефект є заздалегідь запланованим і очікуваним результатом. Такі підприємства спочатку створюються задля досягнення соціально значущих цілей, що виявляються у створенні робочих місць, навчанні тощо;
- підприємницьке новаторство, яке може бути реалізовано шляхом використання нової ідеї або нової комбінації ресурсів для вирішення соціальної проблеми;
- досягнення стійкої самоокупності за рахунок отримання доходу від продажу результатів діяльності, а також за рахунок грантів та благодійних пожертвувань.

В даний час соціальне підприємництво покликане для вирішення соціальних проблем на базі бізнесу, які часто неможливо вирішити стандартними механізмами втручання держави або через некомерційні організації.

Розбираючи дані критерії відносно згадуваних вище постулатів, можна дійти, на перший погляд, парадоксальних висновків. По-перше, будь-яка організація, яка сумлінно проводить свою діяльність, вже може вважатися соціальною підприємницькою структурою, так як її діяльність за визначенням спрямована на задоволення потреб суспільства, які, систематично будучи незадоволеними, перетворюються на соціальні проблеми. Критерієм може бути сумлінність підприємця, його відмови від використання протизаконних схем, експлуатації тощо, що загалом відповідає визначенню соціально відповідального підприємництва.

Як згадувалося, ключовою характеристикою підприємницької діяльності є її спрямованість на отримання систематичного прибутку. Критерій фінансової стійкості соціального підприємництва при цьому має на увазі, що організація вирішує соціальні проблеми за рахунок власних доходів, не стаючи при цьому залежною від інвесторів, благодійників або грантового фінансування. Проте залишається відкритим питання про чистий прибуток організації, на отримання якої за визначенням має бути орієнтовано підприємництво як таке. Тим не менш, як згадувалося вище, організація, що має на увазі зазвичай під соціальною підприємницькою структурою, не повинна мати як основну мету своєї діяльності отримання прибутку. Ця суперечність автоматично відносить організацію до розряду неприбуткових комерційних організацій, щоправда, не позбавляє її права займатися підприємницькою діяльністю, якщо організація не розподіляє прибуток між своїми керівниками. Цей висновок призводить нас до варіанта, що часто зустрічається в роботах, присвячених соціальному підприємництву – організація ставить отримання прибутку однією зі своїх цілей, але при цьому повністю повертає прибуток у свій виробничий процес, розширюючи діяльність. Однак і цей підхід з точки зору економічної теорії не забезпечує «соціальності» підприємництва – відмовляючись від чисто монетизованого прибутку та задоволення своїх особистих потреб на користь розширення виробництва, підприємець не цурається прибутку як такого. Оскільки підприємство, що йому належить, розширюється, відповідно зростає і його капітал. При цьому соціальні ініціативи, як і в більшості подібних випадків, постають у сильну залежність від людського чинника – якщо на зміну «соціальному» підприємцю приходять «антисоціальний», немає гарантії, що він не використає немонетизований капітал на власні потреби.

Нарешті, можливий і третій варіант, у якому, зберігаючи орієнтацію на отримання доходу, підприємець встановлює низьку норму прибутку, балансує її на межі «розумної достатності» і таким чином не маючи можливості наживатися своїм співробітникам чи споживачам. Однак цю дію можна віднести до прояву соціальної відповідальності бізнесу. Критерій інноваційності за визначенням має тимчасовий характер. У підприємстві, стимулом новаторства служить підприємницький прибуток – плата за підприємницькі здібності, що виникає в результаті зростання доходів або зменшення витрат у результаті інновацій [1]. Особливість цього прибутку якраз і полягає в його безпосередності та недовговічності – він зникає як тільки новаторська форма виробництва перетворюється на традиційну: якщо інновація досить успішна, вона починає використовуватися іншими і набуває широкого поширення.

Додаткові критерії масштабованості та «підприємницького підходу» в цілому також мають загальний характер і можуть бути застосовні до будь-яких підприємницьких організацій.

Таким чином, саме по собі визначення «соціальне підприємництво» є досить дискусійним. Разом з тим, ситуація «чистого» соціального підприємництва, в якій підприємницька структура ставить соціальні цілі вище за фінансові, не тільки можлива, а й поширена. І тут можливість виведення соціальних цілей на чільне місце забезпечується фінансовою успішністю основної діяльності підприємства і має проектний характер. Як наслідок, пропонується запровадження терміна «соціальні проекти підприємницьких структур» чи «соціальні проекти бізнесу». Під цим терміном розуміється проект фіксованої чи нефіксованої тривалості, у межах реалізації якого підприємницька структура віддає соціальним цілям пріоритет над фінансовими (якщо взагалі розглядає останні). При цьому цей проект реалізується в рамках основної діяльності підприємства. Дані проекти слід відрізнити від благодійності (що знаходиться поза основною діяльністю підприємства) та соціальної відповідальності (що виявляється в ідеалі в усіх напрямках діяльності підприємства). Таким чином, на відміну від

соціального підприємництва у його традиційному розумінні, що спочатку передбачає дуже обмежений спектр підприємницьких структур, реалізація соціальних проектів підприємницьких структур доступна практично будь-яким підприємствам і не вимагає внесення великих змін до організаційної структури підприємства. Водночас, стандартне визначення «соціальне підприємництво» має дуже вузький сектор охоплення й ускладнює розроблення механізмів взаємодії приватних і державних структур із такими організаціями.

У концепції необхідно відзначити, що реалізація соціальних проектів бізнесу, яка припадає на стик соціальної та економічної сфер з ослабленим впливом на екологічну, займає важливе місце серед дій, що підвищують стійкість спільнот різного рівня. Разом з тим, слід зазначити, що визначення соціальних проектів бізнесу, структури та сфери подібних проектів, а також механізми їх виконання (у тому числі в галузі приватно-державного партнерства) вимагають подальшого розроблення.

Соціальне підприємництво стрімко розвивається і створює нові суспільні інститути в світі. Це явище сформувалося на стику соціальної та економічної систем країни, набуло поширення у світовій бізнес-практиці. Численні приклади успішного розвитку соціальних підприємств вимагають осмислення та оцінювання в контексті впливу, який вони надають на соціальне середовище та вирішення гострих суспільних проблем.

Соціальне підприємництво – багатогранний та багатоаспектний феномен. У його назві укладено основні пріоритети цього виду бізнесу: первинним є не отримання прибутку, а вирішення чи пом'якшення існуючих соціальних проблем. Соціальне підприємство будується на засадах позитивності, стійкості та вимірності досягнутих соціальних результатів. Соціальний підприємець орієнтований у роботі на досягнення позитивних змін у інфраструктурі суспільної системи, які мають довготерміновий ефект. Самоокупність, фінансова стійкість та інноваційність підходів, що використовуються, – базисні характеристики будь-якого соціального підприємства. Застосування нових, унікальних інструментів, здатність вирішувати проблеми доти, доки це необхідно і за рахунок власних доходів, становлять ключові переваги соціального підприємництва. На відміну від благодійної діяльності соціальне підприємництво не обмежене в обсязі доступних ресурсів, часу та простору, воно спочатку передбачає масштабованість і тиражованість ідей та механізмів. Метою соціального підприємця є подолання соціально значущих проблем, а не вирішення окремо взятого питання.

Однією з найсильніших сторін соціального підприємництва є вбудовані механізми контролю ефективності. Бізнес-процес компанії безпосередньо включає інструменти подолання суспільно значущих проблем. Це значною мірою знижує рівень нераціонального витрачання коштів. Не менш важливо й те, що стратегія будь-якого соціального підприємства базується на знанні сильних і слабких сторін продукту чи послуги, визначенні потенційних загроз та пошуку нових можливостей для розвитку бізнесу. Активне використання сучасних інструментів менеджменту та розуміння ринкових законів дають змогу значно підвищити внесок у досягнення довготермінового соціального ефекту. Таким чином, концепція соціального підприємництва передбачає створення системи, яка саморозвивається, тісно інтегрованої в громадську систему бізнес-структури, яка формує дієві механізми соціальної підтримки та інфраструктуру соціального розвитку. Бізнес-процес соціального підприємства орієнтований на два домінуючі вектори: перший – вирішення суспільно значущої проблеми, другий – отримання прибутку. Баланс цих векторів визначає сутність соціального підприємництва.

Висновки. Сучасний світ постає перед серйозним цивілізаційним викликом. Ініціативи модернізації країн, переходу на інноваційні рейки розвитку є запорукою

стабільного економічного розвитку та добробуту населення країн. Демографічні, економічні та політичні реалії глобального світу вимагають перегляду багатьох усталених механізмів, пов'язаних із системою соціальної підтримки, насамперед державних. Саме соціальне підприємництво може стати соціальним виміром модернізації для багатьох країн. Ефективне сприяння суспільному розвитку передбачає створення широкої мережі підприємств, особливої екосистеми соціального бізнесу. Це може бути швидко реалізовано шляхом тиражування успішних ідей та досвіду, що закладено у самій концепції соціального підприємництва. Розповсюдження компетенцій стане основою для управлінського та особистісного зростання нових соціальних підприємців. Цей механізм, що самопідтримується, зробить помітний внесок у розвиток людського капіталу країни, стане джерелом інноваційних ідей і своєрідним «генератором» новаторів. Остання внутрішньо притаманна феномену соціального підприємництва. Ті, хто вирішує присвятити себе такій складній галузі бізнесу, здатні згуртувати навколо себе однодумців, знайти й ефективно використати необхідні ресурси, поєднати особистий досвід із найсучаснішими технологіями. Соціальні підприємці формують точки зростання бізнес-ініціатив як особливих суспільних відносин. Не менш важливою функцією соціального підприємництва у контексті модернізації країн є реінтеграція соціально незахищених верств у сучасне суспільство. Державні інститути підтримки, не зважаючи на всі зусилля, не здатні створити ефективну й розгалужену систему допомоги. Адже вона повинна включати не лише можливості для працевлаштування, а й механізми особистісного та професійного зростання та, що ще важливіше, вибудовування комфортного психологічного клімату й оточення. Соціальне підприємництво здатне вирішити весь цей комплекс завдань.

Conclusions. The modern world faces a serious civilizational challenge. Initiatives to modernize countries, transition to innovative development tracks are a guarantee of stable economic development and well-being of the population of countries. Demographic, economic and political realities of the global world require revision of many established mechanisms related to the system of social support, primarily state ones. Social entrepreneurship itself can become a social dimension of modernization for many countries. Effective promotion of social development involves the creation of a wide network of enterprises, a special ecosystem of social business. This can be quickly implemented by replicating successful ideas and experiences, which is embedded in the very concept of social entrepreneurship. The distribution of competences will become the basis for managerial and personal growth of new social entrepreneurs. This self-supporting mechanism will make a significant contribution to the development of the country's human capital, will become a source of innovative ideas and a kind of “generator” of innovators. The latter is intrinsic to the phenomenon of social entrepreneurship. Those who decide to devote themselves to such a complex field of business are able to gather like-minded people around them, find and effectively use the necessary resources, combine personal experience with the most modern technologies. Social entrepreneurs form growth points of business initiatives as special social relations. An equally important function of social entrepreneurship in the context of the modernization of countries is the reintegration of socially vulnerable groups into modern society. State institutions of support, despite all efforts, are not able to create an effective and extensive system of assistance. After all, it should include not only opportunities for employment, but also mechanisms for personal and professional growth and, more importantly, building a comfortable psychological climate and environment. Social entrepreneurship can solve this whole set of tasks.

Список використаних джерел

1. Bacq S., & Lumpkin G.T. (2020). Social entrepreneurship and Covid-19. *Journal of Management Studies*. DOI: <https://doi.org/10.1111/joms.12641>

2. Bansal S., Garg I., & Sharma G.D. (2019). Social entrepreneurship as a path for social change and driver of sustainable development: A systematic review and research agenda. *Sustainability*. 11 (4). 1091. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11041091>
3. Cuervo A., Ribeiro D., Roig S. *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Springer Science & Business Media. 2007. P. 2–5. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8>
4. Dees J. G. (1998). The meaning of social entrepreneurship.
5. Gali N., Niemand T., Shaw E., Hughes M., Kraus S., & Brem A. (2020). Social entrepreneurship orientation and company success: The mediating role of social performance. *Technological forecasting and social change*. 160. 120230. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120230>
6. Martin R. L., & Osberg S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition.
7. Méndez-Picazo M. T., Galindo-Martín M. A., & Castaño-Martínez M. S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Innovation & Knowledge*. 6 (2). P. 69–77. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>
8. Peredo A. M., & McLean M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of world business*. 41 (1). P. 56–65. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>
9. Swanson L. A., & Di Zhang D. (2010). The social entrepreneurship zone. *Journal of nonprofit & public sector marketing*. 22 (2). P. 71–88. DOI: <https://doi.org/10.1080/10495140903550726>
10. Throsby D. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press. 2002. 194 p.
11. Weerawardena J., & Mort G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*. 41 (1). P. 21–35. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.001>
12. Zahra S. A., Gedajlovic E., Neubaum D. O., & Shulman J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of business venturing*. 24 (5). P. 519–532. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>
13. Ратинський В. В. Посібник «Управління сервісними підприємствами в умовах добровільного об'єднання територіальних громад». Том II. 324 с. Свідцтво про депонування результатів інтелектуальної діяльності № 274 – РІД(н)/Ук-2022

References

1. Bacq S., & Lumpkin G.T. (2020). Social entrepreneurship and Covid-19. *Journal of Management Studies*. DOI: <https://doi.org/10.1111/joms.12641>
2. Bansal S., Garg I., & Sharma G.D. (2019). Social entrepreneurship as a path for social change and driver of sustainable development: A systematic review and research agenda. *Sustainability*. 11 (4). 1091. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11041091>
3. Cuervo A., Ribeiro D., Roig S. *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Springer Science & Business Media. 2007. P. 2–5. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8>
4. Dees J. G. (1998). The meaning of social entrepreneurship.
5. Gali N., Niemand T., Shaw E., Hughes M., Kraus S., & Brem A. (2020). Social entrepreneurship orientation and company success: The mediating role of social performance. *Technological forecasting and social change*. 160. 120230. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120230>
6. Martin R. L., & Osberg S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition.
7. Méndez-Picazo M. T., Galindo-Martín M. A., & Castaño-Martínez M. S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Innovation & Knowledge*. 6 (2). P. 69–77. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>
8. Peredo A. M., & McLean M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of world business*. 41 (1). P. 56–65. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>
9. Swanson L. A., & Di Zhang D. (2010). The social entrepreneurship zone. *Journal of nonprofit & public sector marketing*. 22 (2). P. 71–88. DOI: <https://doi.org/10.1080/10495140903550726>
10. Throsby D. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press. 2002. 194 p.
11. Weerawardena J., & Mort G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*. 41 (1). P. 21–35. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.001>
12. Zahra S. A., Gedajlovic E., Neubaum D. O., & Shulman J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of business venturing*. 24 (5). P. 519–532. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>
13. Ratynskiy V. V. Posibnyk “Upravlinnia servisnymi pidpriemstvamy v umovakh dobrovilnoho obiednannia terytorialnykh hromad”. Том II. 324 p. Svidotstvo pro deponuvannia rezultativ intelektualnoi diialnosti № 274 – RID(n)/Uk-2022.