

УДК 316.334.2:330.34.014-026-23

ШЕРГІНА Л. А.,
НОТЕВСЬКИЙ Є. В.

ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”

ЖЕМБА А. Й.

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У статті визначена роль соціального підприємництва у забезпеченні сталого розвитку країн, а також розглянуто особливості розвитку соціального підприємництва в сучасних умовах та процес його становлення в Україні. Приділяється увага розумінню прибутку не як мети, а як індикатора і ресурсу бізнесу.

Ключові слова: соціальне підприємництво, сталий розвиток, глобалізація економіки, бізнес-організації.

SHERGINA L.,

NOTEVSKIY E.

Kyiv National Economic University after named Vadym Hetman”

ZHEMBA A.

National University of Water and Environmental Engineering, Rivne

**SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

The main purpose of the article is to study the process of becoming a social enterprise in the world and, on this basis, to identify problems and perspectives for its development in Ukraine in the context of sustainable development. The article defines the role of social entrepreneurship in ensuring sustainable development of the countries, as well as features of social entrepreneurship in the conditions of globalization of the economy. The article notes that the basis of social enterprise is a commercial model of economic behaviour that creates a mechanism for social support and infrastructure development through close integration into the public system. The main characteristics of the social enterprise, which were formed under the influence of the transition of mankind to the concept of sustainable development, which was proclaimed by the United Nations Conference in the second half of the twentieth century, are considered. The article analyzes the theoretical research platform of social entrepreneurship, the main trends of its development in Ukraine. The article reveals the conditions and possibilities for more effective introduction of social entrepreneurship in the globalized economy. As a conclusion, the article emphasizes that the functions and models of social enterprises on all continents reflect the power of globalization due to the increased attention to the role of sustainable development. The phenomenon of the development of social entrepreneurship in Western countries is an effective tool for attracting additional financial resources, motivating the maintenance of institutions that provide social services and contribute to sustainable development.

Keywords: social entrepreneurship, sustainable development, globalization of the economy, business organizations.

Постановка проблеми. Динамічний розвиток людства XXI століття вносить свої корективи в усі сфери нашого життя. Важливою подією 1987 р. стала доповідь «Наше спільне майбутнє» на 42-й сесії ООН з ініціативи прем'єр-міністра Норвегії Г. Х. Брундтланд. Незалежною світовою комісією з питань розвитку та довкілля було запропоновано людській цивілізації перейти до концепції сталого розвитку, що передбачає взаємодію економічної, екологічної, соціальної сфери. Соціальна складова віддзеркалює соціальні відносини між усіма членами суспільства, а також відносини між державою та її громадянами, рівень та можливості розвитку кожної особистості. Соціальна складова стосується, перш за все, відносин людина–людина, а по-друге, сприяє забезпеченню прав і свобод людини в кожній країні світу, передбачає становлення демократичного суспільства та відкриття доступу до головних соціальних служб у сфері освіти, медицини, культури тощо. Не є винятком і середовище бізнесу. Сьогодні для того, щоб бізнес-структура, підприємство було успішним, не достатньо лише задовольняти потреби споживача, а й необхідно всіляко розширювати масштаб своєї діяльності. Яскравим прикладом щодо впровадження інновацій є соціальне підприємництво.

На сьогодні певні елементи соціального підприємництва присутні майже в більшості компаніях. Хтось з них віддає частину свого прибутку на допомогу дітям з особливими потребами, інші – розв'язують екологічні проблеми, а треті, як приклад, проводять молодіжні фестивалі. Усе це подано достатньо в спрощеному вигляді, адже масштаб «використання» соціального підприємництва тією чи іншою бізнес-структурою може відрізнятись.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У класичних працях С. А. Подолинського, В. І. Вернадського, П. Тейяр-де-Шардена та М. Д. Руденка вказаний напрям майбутнього економічного розвитку цивілізації та закладені основи взаємин між соціумом і навколишнім природним середовищем. Саме тому ці праці, а також погляди Г. Дейлі варто взяти за основу при формуванні розуміння соціального підприємництва в контексті сталого розвитку. Активним дослідженням категорії «сталий розвиток» та його складових займаються такі вчені, як В. Базилевич, Б. Данилишин, Л. Гринів, Г. Дейлі, Л. Корнійчук, В. Трегобчук, Ю. Туниця, В. Шевчук., Д. Берг, Б. Большаков, В. Попков, С. Гольдштейн, О. Сухарев,

С. Борисович, П. Тітов, Д. Б. Берг та В. В. Попов категорію «сталий розвиток» визначають, як взаємозв'язаний процес, що охоплює економічну, соціальну та екологічну сферу людської діяльності. На погляд В. М. Геєця, Л. В. Шинкарук та Т. І. Артёмової термін «сталий розвиток» означає позитивне зростання екологічних, соціальних та економічних показників економіки, збільшення яких сприяє розгортанню загального світового прогресу.

Термін «соціальне підприємництво» можна знайти вперше в 1972 р., завдяки Б. Дрейтону, засновнику «Ашока», вагомий внесок в розробку проблем «соціального підприємництва» внесли вчені Дж. Мейр, І. Марті, Сотула О. В., Винников О., М. Юнус, Дж. Діз.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Соціальне підприємництво стало одним із фундаментальних понять у діяльності майже всіх бізнес-організацій в постіндустріальному світі в контексті сталого розвитку. В Україні воно лише набуває свої актуальності. Тому вкрай важливо визначити на якому етапі розвитку даний феномен зупинився в Україні і чи є подальші перспективи його становлення, або що, можливо, перешкоджає йому. Незважаючи на помітне зростання визнання соціально орієнтованих організацій як найважливішого фактору розвитку громадянського суспільства, емпіричні дослідження результатів діяльності соціальних підприємств не дістали масштабного висвітлення в науковій літературі.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в аналізі теоретико-методологічних основ соціального підприємництва, які формуються при переході світової економіки до сталого розвитку, а також в визначенні перспектив становлення соціального підприємництва в контексті сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблематика соціального підприємництва набуває свого поширення лише з 90-х років ХХ століття та одразу ж стає предметом наукових досліджень. Проте, незважаючи на це, сьогодні серед науковців досі існують розбіжності у трактуванні даного терміну. Поняття «соціальне підприємництво» все частіше ототожнюють з будь-якою соціально корисною діяльністю, зокрема в працях Дж. Мейра, І. Марті [1, с. 38], Сотула О. [2, с. 21-22], Винникова О. [3, с. 26], М. Юнуса [4, с. 35], Дж. Діза [5, с. 57]. З одного боку, соціальне підприємництво виступає бізнесом із насамперед визначеними соціальними цілями, результат діяльності якого вкладається в проекти для досягнення цих цілей, а не спрямовується на максимізацію доходу акціонерів чи власників [6]. З іншого – соціальні підприємства – це своєрідні гібриди, які об'єднують соціальні цінності з комерційною практикою. Це одна думка зводиться до розуміння того, що соціальне підприємство, будучи торгівельною організацією, що продає товари чи послуги, і різниться від схожих бізнес-структур тим, що належить та контролюється громадськістю і має подвійний результат – соціальний і економічний. В діяльності соціального підприємства превалюють суспільні цінності, спрямованість на досягнення позитивних соціальних перетворень і, навіть альтруїзм.

Найбільш уживаним визначенням соціального підприємства є його розуміння як зареєстрованої організації, що ґрунтується на спільній власності та контролюється членами цієї організації, які мають рівну частку власності. Таке підприємство займається комерційною діяльністю, збільшує суспільне багатство, та не впливає на погіршення навколишнього середовища.

В основі соціального підприємництва лежить комерційна модель господарської поведінки, однак, зважаючи на глобальну ціль функціонування економічних структур, а саме: задоволення суспільних потреб, соціальне підприємство розглядається як стійка бізнес-структура, спрямована на тісну інтеграцію в суспільну систему. На рис.1 виділено основні проблеми, які соціальне підприємництво ставить за мету вирішити в процесі становлення [7, с. 262].

Ознаки соціальних проблем				
Цільова спрямованість	Інновації	Самоокупність та фінансова стійкість	Масштабність	Підприємницький підхід
Вирішення існуючих соціальних проблем у суспільстві	Застосування нових, унікальних підходів, які дозволяють збільшити соціальний вплив	Здатність соціального підприємства вирішувати соціальні проблеми до того моменту, поки це необхідно, і за рахунок доходів, отриманих від власної діяльності	Збільшення масштабу діяльності соціального підприємства (на національному та міжнародному рівні) й поширення досвіду з метою збільшення соціального впливу	Здатність соціального підприємства не лише бачити недоліки ринку, а й знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, що нададуть довгостроковий позитивний соціальний вплив на суспільство в цілому
Вирішення соціальних проблем				

Рис. 1. Ознаки соціальних проблем, які вирішує соціальне підприємництво

Складено авторами на основі [7, с. 262]

Поняття «соціальне підприємництво» в українському законодавстві застосовується разом з іншою концепцією, а саме – соціальною економікою, хоча це не відповідає сутності даних понять. Соціальне підприємництво не можна ні в якому випадку прирівнювати до соціальної відповідальності, за якої певна бізнес-структура належним чином піклується про вплив своєї діяльності на середовище, у межах якого вона здійснює свою діяльність. У той самий час соціально відповідальний бізнес дещо сприяє формуванню соціальних підприємств, які не ставлять за мету примноження прибутку акціонерів корпорацій. Виділяють три основні характеристики соціального підприємства. По-перше, торгівля, яка виступає життєздатністю даних підприємств, що досягається саме через торговельну/комерційну діяльність. По-друге, соціальне призначення – в основі їх (підприємств) діяльності – соціальні цілі (створення робочих місць, проведення тренінгів і розвиток певних навичок, надання послуг і виробництво товарів на місцевому рівні). По-третє, соціальна власність, тобто вони (підприємства) перебувають у власності громад (користувачів послуг чи клієнтів, місцевих громадських об'єднань тощо).

Теоретичною базою дослідження соціального підприємництва є концепція «змішаної» або «комбінованої цінності» Дж. Емерсона [8], згідно з якою організація є елементом соціально-економічної реальності, в діяльності якої сполучаються економічна та соціальна складові. Ці складові розглядаються не ізольовано, а як взаємодоповнюючі. На думку Дж. Емерсона, результати економічної та соціальної діяльності організації потрібно не протиставляти, а поєднувати [9, с.89]. Концепція комбінованої цінності ґрунтується на безперервній взаємодії соціальних та економічних цілей діяльності фірми; оцінка ефективності інвестицій у створення цінності з використання лише фінансових інструментів призводить до недооцінки ефективності в цілому. Отже, концепція Дж. Емерсона не розкриває особливостей соціальних підприємств, хоча дає підстави для виділення основних підходів до розуміння цього феномену.

Розрізняють широкий, комбінований, інноваційний та проблемно-орієнтований підходи до визначення соціального підприємництва. Розгляд змісту й характеристик кожного з виокремлених підходів наведено у табл. 1.

Розглянуті підходи вказують на пріоритетність соціальної мети підприємницької діяльності, але в процесі такої діяльності, під час якої використовуються природні ресурси і виявляється вплив на навколишнє середовище, постає проблема отримання не лише економічних та соціальних, а й екологічних ефектів.

Таблиця 1

Підходи до визначення категорії "Соціальне підприємництво"

Підхід	Характеристика
Широкий підхід	Соціальне підприємництво розглядається як діяльність, яка в результаті передбачає досягнення соціальної мети. Тобто відповідно до даного підходу, під соціальним підприємництвом розуміється діяльність державних соціальних організацій, традиційних бізнес-організацій, які завжди мають соціальну складову (Е. Шоу, Г. Морт, А. Фоулер та ін.)
Комбінований (комерційно-соціальний) підхід	Соціальне підприємництво — це діяльність, орієнтована на досягнення не лише соціальних, але й комерційних результатів. За таким підходом соціальне підприємництво — це набагато вужча сфера діяльності, яка передбачає наявність бізнес-складової (А. Макміллан, Дж. Робінсон та ін.)
Інноваційний підхід	Акцентується увага на інноваційній складовій підприємницької діяльності та на використанні інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем. Даний підхід з одного боку, суттєво обмежує сферу соціального підприємництва порівняно з комбінованим підходом, оскільки не всі бізнес-організації використовують інновації у соціальній складовій своєї діяльності. З іншого боку, такий підхід розширює соціальне підприємництво за рахунок доповнення його діяльністю неприбуткових організацій та державних соціальних установ, які розробляють і реалізують інновації у своїй діяльності (Дж. Мейр, Е. Остін, Дж. Вей-Скіллерн, Х. Стівенсон.)
Проблемно-орієнтований підхід	Соціальне підприємництво – це лише така діяльність, соціальні результати якої спрямовані на певну соціальну групу або проблему (люди з особливими потребами тощо) (К. Лідбітер, Фонд Шваба)

Джерело: [7, с. 256-257].

У своїй публікації «Соціальне підприємництво: Внесок індивідуальних підприємців у сталий розвиток» [22] президент Sustainable Strategies Group при ЮНЕСКО Кристіан Сілоус та професор General Management Джоанна Майер розглядають соціальних підприємців як таких, що прагнуть до створення соціальної цінності за допомогою інноваційних та підприємницьких бізнес-моделей. На їх думку, потенційний ринок для цих підприємців є величезним через широке коло соціальних потреб, які залишаються незадоволеними існуючими ринками та установами. Соціальні підприємці часто створюють величезну цінність, коли вони задовольняють основні гуманітарні потреби; наприклад, шляхом надання ліків або харчових продуктів, які можуть бути питанням життя або смерті для тих, хто їх отримує.

Автори звертають увагу на те, що багато соціальних підприємців працюють в країнах, що розвиваються, або ж не мають структур або ресурсів, які дозволили б підтримувати традиційне підприємництво. Таким чином, соціальні підприємці повинні створювати нові бізнес-моделі та організаційні структури, а також унікальні стратегії для отримання соціальної цінності. Акцентується на тому, що соціальне підприємництво (SE) може надати деякі цікаві нові ідеї, які могли б розширити мислення і набори інструментів традиційних підприємців, а також збагатити конструкції для більш соціально прийнятних і стійких стратегій бізнесу та організаційних форм. У публікації визначається унікальна роль SE як "Внесок індивідуальних підприємців в інтересах сталого розвитку" [10, с. 6]. Три основні гравці роблять внески для досягнення стійкого розвитку (SD) (рис. 2):

Уряди, неурядові організації (NGOs) та міжнародні організації (IOs) націлені на широкі області політики, що використовують безліч інструментів, а також примусові заходи до виконання правових структур для захисту людського і трудових прав та навколишнього середовища.

Корпоративна соціальна відповідальність (CSR) визначається Європейською комісією як «Бізнес-внесок у стійкий розвиток».

Соціальне підприємництво (SE), що визначається в якості внеску підприємницьких осіб в інтересах сталого розвитку.

Ця точка зору дозволяє виділити кілька різних рівнів індивідуальних і спільних дій щодо досягнення сталого розвитку. Серед трьох окремих рівнів основна увага в першу чергу на площі SE. Для розкриття унікальної ролі для SE слід сказати, що соціальні підприємці виявляють нові й ефективні способи створення продуктів, послуг або структури, які, або безпосередньо обслуговують соціальні потреби, або дозволяють іншим задовольнити їх, щоб досягти сталого розвитку.



Рис. 2. Роль соціального підприємництва у формуванні сталого розвитку

Складено авторами на основі [10, с. 8]

Хотілося б у підсумку сказати, що не дивлячись на те, що соціальне підприємництво є явищем, яке чинить сильний опір спробам встановлення чіткого визначення, дана стаття встановлює такі рамки, що дозволяють дати правильне трактування даного поняття. Розкривається різниця між SE та тим, як традиційні підприємці і підприємства створюють соціальну цінність, а також як вони доповнюють один одного.

На відміну від бізнесу в традиційному баченні, метою діяльності якого є досягнення прибутку, соціальне підприємництво реалізує соціальні функції та розвивається в тих сферах, в яких державні підприємства мають дефіцит фінансування, а приватний сектор невмотивований низькою рентабельністю.

Можна зробити висновок, що соціальне підприємництво як феномен з'являється в західному світі неприбуткових організацій саме як відповідь на потребу в залученні додаткового капіталу, і стимулом до його становлення є забезпечення функціонування інституцій, які реалізують соціальні послуги та збільшують суспільні фонди споживання.

Для повноцінного розвитку соціального підприємництва мають бути створені сприятливі умови. Не зважаючи на те, що власне ідея інновації формується на основі реальної суспільної необхідності та результатів внутрішньої мотивації, її реалізація потребує сприятливих зовнішніх умов: віра в дану ідею; участь та підтримка інших при роботі над її реалізацією та розповсюдженням. Соціальне підприємництво можна впровадити за умови якісної підготовки соціальних підприємців як одних із головних агентів соціальних змін.

Високий рівень розвитку національної економіки – також досить важлива умова для більш ефективного впровадження соціального підприємництва. Головним у діяльності державної влади повинно

бути створення однаково сприятливих умов для всіх суб'єктів підприємницької діяльності, розвитку соціального підприємництва, соціальної відповідальності бізнесу та одночасно недопущення дискримінації зі сторони представників органів влади.

Державне регулювання розвитку підприємництва повинно бути спрямоване на формування сприятливого середовища та реалізовуватися відповідними загальнодержавними, регіональними та місцевими органами влади з метою узгодження інтересів держави і приватного підприємництва та впровадження соціальної відповідальності бізнесу, що, в свою чергу, стане сприятливою умовою впровадження та розвитку соціального підприємництва в Україні.

Розвиток соціального підприємництва в Україні є досить тривалим процесом і спрогнозувати майбутнє важко через нестабільність економічного і політичного становища, а також через військовий конфлікт на Сході України. Проте цей процес можна пришвидшити, впроваджуючи активні соціально-економічні політичні рішення, та, включивши позицію щодо підтримки та сприяння соціальному підприємству в Стратегію сталого розвитку «Україна-2020» як важливий вектор політики соціально-економічних реформ. Соціальне підприємство в Україні стає популярним трендом, оскільки обговорюється на численних форумах, семінарах, симпозиумах та привертає увагу багатьох представників громадських організацій, ініціативних груп або просто активних людей. Під час роботи Всеукраїнського ресурсного центру розвитку соціального підприємства «Соціальні ініціативи», було виокремлено 5 великих можливостей для розвитку соціального підприємства в Україні, які спонукатимуть зростання кількості соціальних підприємств [11] (рис. 3).



Рис. 3. Можливості для розвитку соціального підприємництва в Україні
Складено авторами на основі [11, с. 2-5]

Висновки. Отже, враховуючи вище зазначене, визначаємо, що соціальне підприємство – відносно нове специфічне соціально-економічне явище, яке породжує багато приводів для дискусії, адже не вписується у сталі стереотипи сприйняття бізнесу, як комерційної сфери, що існує заради прибутку. Феномен соціального підприємства передбачає розуміння прибутку не як мети, а як індикатора і ресурсу бізнесу. За таких умов економічні можливості підприємця формуються як наслідок корисності продуктів або послуг для задоволення потреб споживачів і враховують постулати концепції сталого розвитку.

Визначення соціального підприємства свідчить про бізнесові механізми вирішення соціальних проблем, створення об'єднаних територіальних громад та взаємодопомогу. Однією з головних умов успішного впровадження соціального підприємства, в Україні, зокрема є взаємодія державного і приватного сектора; формування законодавчої бази соціального підприємства, яке б створювало позитивні умови для початку такого бізнесу в державі.

Соціальне підприємство називають еволюцією бізнесу або навіть революцією для неприбуткової діяльності. Революцією тому, що це явище надає можливість неприбутковим організаціям самим забезпечувати собі ресурси для функціонування і враховувати всі негативні впливи на навколишнє середовище, включаючи людей. Соціальне підприємство також не виключає прибутковості, але пріоритети для нього зовсім інші. На першому місці для таких підприємств є вирішення соціальних проблем або створення соціальної цінності для допомоги суспільству. Для цього використовуються ефективні бізнес-моделі, які забезпечують сталий розвиток.

Література

1. Mair J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight [Електронний ресурс] / J. Mair, I. Marti // Journal of World Business. – 2006. – 41(1). – P. 36–44. – Режим доступу : https://c.ymcdn.com/sites/www.usasbe.org/resource/resmgr/social_entrepreneurship/mair_and_marti.pdf.

2. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки / Е. О. Сотула // Ефективна економіка. – 2013. – № 4.
3. Винников О. Соціальне підприємництво: годі бажати, як краще / О. Винников // Пріоритети. – 2008. – № 4 (10). – С. 25–28.
4. Юнус М. Создавая мир без бедности: социальный бизнес и будущее капитализма / М. Юнус, А. Жоли. – М. : Альпина Паблшерз, 2009.
5. Dees J.G. Enterprising nonprofits / J.G. Dees // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76. – Issue 1. – P. 55–66.
6. Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку / О. Б. Кіреєва // Пробл. упр. соц. та гуманіст. розв. : матеріали III регіон. наук.-практ. конф. / за заг. ред. В. Г. Вікторова. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2009. – С. 79–82.
7. Свинчук А. А. Організаційні механізми розвитку соціальних підприємств в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.03/2016/dis2Bd_Svynchuk.pdf
8. Emerson J. The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation / J. Emerson, S. Bonini, K. Brehm. — 2003. — 182 p.
9. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред. А. А. Московская ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. — 284 с.
10. Seelos C., Mair J. Social Entrepreneurship the contribution of individual entrepreneurs to sustainable development. – 2004. – 19 p.
11. Ковальова А. Підходи до створення успішного стартапу: світовий досвід [Електронний ресурс] / А. Ковальова. – Режим доступу : http://confcontact.com/2014_02_meshko/37_Kovalyova.html.

References

1. J. Mair, I. Marti // Journal of World Business. – 2006. – 41(1). – P. 36–44. – Rezhym dostupu : https://c.ymcdn.com/sites/www.usasbe.org/resource/resmgr/social_entrepreneurship/mair_and_marti.pdf.
2. Sotula O. V. Sotsialne pidpriemnytstvo yak innovatsiina model rozvytku ekonomiky / E. O. Sotula // Efektyvna ekonomika. – 2013. – № 4.
3. Vynnykov O. Sotsialne pidpriemnytstvo: hodi bazhaty, yak krashche / O. Vynnykov // Priorytety. – 2008. – № 4 (10). – S. 25–28.
4. Yunus M. Sozdavaia myr bez bednasty: sotsyalnyi byznes y budushchee kapytalyzma / M. Yunus, A. Zholy. – M. : Alpyna Pablysherz, 2009.
5. Dees J.G. Enterprising nonprofits / J.G. Dees // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76. – Issue 1. – P. 55–66.
6. Kirieieva O. B. Sotsialne pidpriemnytstvo yak zasib sotsialnoho rozvytku / O. B. Kirieieva // Probl. upr. sots. ta humanist. rozv. : materialy III rehion. nauk.-prakt. konf. / za zah. red. V. H. Viktorova. – D. : DRIDU NADU, 2009. – S. 79–82.
7. Svynchuk A. A. Orhanizatsiini mekhanizmy rozvytku sotsialnykh pidpriemstv v Ukraini [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.03/2016/dis2Bd_Svynchuk.pdf
8. Emerson J. The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation / J. Emerson, S. Bonini, K. Brehm. — 2003. — 182 p.
9. Sotsyalnoe predprynimatelstvo v Rossyy y v myre: praktyka y yssledovanyia / отв. ред. А. А. Moskovskaia ; Nats. yssled. un-t «Vysshhaia shkola ekonomyy». — М. : Yzd. dom Vysshei shkoly ekonomyy, 2011. — 284 s.
10. Seelos C., Mair J. Social Entrepreneurship the contribution of individual entrepreneurs to sustainable development. – 2004. – 19 p.
11. Kovalova A. Pidkhody do stvorennia uspishnoho startapu: svitovyi dosvid [Elektronnyi resurs] / A. Kovalova. – Rezhym dostupu : http://confcontact.com/2014_02_meshko/37_Kovalyova.html.

Рецензія/Peer review : 04.05.2018

Надрукована/Printed : 03.06.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Андрющенко К. А.