

УДК 316.334.3

Кульбако Марія Сергіївна*

**СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: КОН'ЮНКТУРНИЙ ТРЕНД
ЧИ ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВИРІШЕННЯ
СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ СУСПІЛЬСТВА?**

Анотація. У статті проаналізовано українське соціальне підприємництво з точки зору критеріїв, прийнятих в західній науковій традиції. Досліджено ефективність соціального підприємництва в контексті його соціальної та комерційної віддачі. За допомогою загальнонаукових та особливих методів економіки, філософії, соціології, культурології визначені основні характеристики феномену соціального підприємництва та особи соціального підприємця.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальні проблеми, суспільний ефект

Вступ. Розширення величини та різноманіття соціальних потреб суспільства, посилення конкуренції за державні та благодійні ресурси між некомерційними організаціями, скорочення традиційних форм їх фінансування, зростання конкуренції між ними та бізнесом за задоволення суспільних потреб, з одного боку, та безрезультативність, неефективність та безвідповідальність великої частини спроб державних та благодійних організацій щодо розв'язання соціальних проблем, з іншого боку, сприяли посиленню наукового та практичного інтересу до інституту «соціального підприємництва». Можливо, саме «підприємницькі засоби» дозволять розв'язати ці проблеми? Тим більше, що західна наука давно займається проблемою соціального підприємництва [1; 2; 3; 4], а реальна господарська практика постійно доводить ефективність такого роду бізнесу.

Постановка задачі. Як серед вітчизняних науковців [5; 6; 7; 8], так і в нашому суспільстві в цілому немає однозначної думки щодо сутності соціального підприємництва, істинної природи мотивів соціального підприємця, суспільного ефекту його діяльності. На сучасному етапі, коли в ході нещодавніх бурхливих подій наше суспільство довело, що здатне приймати рішення і нести відповідальність, можна говорити про його готовність до соціального підприємництва. Актуальності даному феномену додає скрутне становище держави, яка наразі технічно не може задовольнити всі соціальні проблеми, а створення необхідної нормативно-правової бази дозволило б не тільки перекласти частину тягаря на плечі бізнесу, а й дало б можливість соціально-незахищеним верствам відчувати свою значимість, стати повноцінними членами суспільства.

На наш погляд, складність феномену соціального підприємництва (це і не благодійність, і не «чистий» бізнес), специфічні (не стільки економічні, скільки соціокультурні) передумови перетворення одиничних випадків соціального підприємництва на масове явище, унікальність фігури соціального підприємця (бізнесмен, максимізуючий соціальний ефект своєї діяльності), вимагає міждисциплінарного аналізу стику економіки, соціології, культурології, філософії.

Оскільки держава за об'єктивних умов не здатна повністю розв'язати соціальні проблеми суспільства, а ресурси некомерційних організацій обмежені, діяльність не системна, то вирішення подібних проблем підприємницькими засобами є досить перспективним. Завданням даної роботи було дослідити ефективність соці-

*Марія Сергіївна Кульбако — студентка 3 курсу факультету міжнародної економіки і менеджменту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», m.kulbako@yandex.ua

льного підприємництва з точки зору його соціальної та комерційної віддачі. Дослідження ґрунтується на загальнонаукових та особливих методах економіки, філософії, соціології, культурології.

Результати. Феномен соціального підприємництва не є абсолютно новим. Відомий дослідник проблем сучасного підприємництва Г. Діз писав, що соціальні підприємці, можливо, були завжди, хоча їх так ніхто і не називав [9]. Соціальне підприємництво — інноваційна діяльність, спрямована на створення або комбінацію соціальних та економічних ресурсів з метою формування ефективного механізму виробництва та надання цільового соціального блага [10, с.36–44]. Цільовими групами при цьому є найменш захищені та найменш благополучні верстви населення, що не мають фінансових ресурсів, або політичних важелів для досягнення власними силами «цінності, що отримується в результаті трансформації» (табл. 1).

Таблиця 1

**ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФІЛАНТРОПІЇ,
ТРАДИЦІЙНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Організації	Засновані на чистій філантропії	Соціальні	Засновані на чистій комерції
Мотиви	Добра воля	Змішані	Особиста вигода
Методи	Визначаються місією	Визначаються поєднанням місії і ринку	Визначаються ринком
Цілі	Створення соціальної цінності	Створення соціальної і економічної цінності	Створення економічної цінності
Призначення доходу/прибутку	Спрямований безпосередньо на реалізацію місії НКО (визначається законом чи політикою організації)	Реінвестується на реалізацію місії або на операційні витрати та/або утримується для розширення і розвитку бізнесу (може частково перерозподілятися між стейкхолдерами)	Розподіляється між акціонерами і власниками

Джерело: [11, с. 16]

Ключовими ознаками сучасного соціального підприємництва є [9, с.35]:

1. створення та підтримка соціальної цінності (блага);
2. пошук та використання нових можливостей для реалізації поставленої мети;
3. безперервний процес інновацій, адаптацій, навчання;
4. рішучість дій, що не обмежується наявним ресурсами;
5. висока відповідальність перед клієнтами та суспільством;
6. пошук стійкої, але несправедливої рівноваги, що обумовлює соціальну виключність, маргіналізацію частини суспільства; пошук всередині несправедливої рівноваги можливості для виробництва соціального блага за допомогою натхнення, творчості, сміливості підприємця; поступове досягнення нової рівноваги, вивільнення прихованого потенціалу або зменшення страждань цільової аудиторії;
7. розмивання міжсекторальних меж (табл.2).

Таблиця 2

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: СВІТОВИЙ ДОСВІД*

Назва організації, країна	Вид або напрямок діяльності	Соціальний ефект діяльності	Економічний ефект діяльності
Банк «Грамін», Бангладеш	Мікrokредитування	Надано кредити малозабезпеченим жителям, створено більше 12 тис. робочих місць.	3,5млн позичальників, 98% повернення кредитів
Холдинг «Секем», Єгипет	Виробництво органічних продуктів харчування, одягу, фармацевтичних товарів	Зменшення використання пестицидів на багатовивняних полях Єгипту на 90%, заснування школи, університету, центру освіти дорослих і медичного центру	Доходи: €10,5 млн (2003)
Cooperative HomeCare Associates (CHCA), США	Надання якісної допомоги клієнтам і якісних робочих місць жінкам Нью-Йорку із національних меншин з низькими доходами	Створено нові робочі місця для жінок-представниць національних меншин.	Доходи: \$17.5 млн (2002)
Triangle Residential Options for Substance Abusers (TROSА), США	Обслуговування і реабілітація споживачів алкоголю і наркотиків, надання допомоги в їх розвитку через програми самопідтримки і комерційної організації	Створена система для забезпечення людей з наркотичною та алкогольною залежністю засобами для повноцінного життя в суспільстві	Доходи: \$3.5 млн (2007)
Shorebank Corporation, США	Надання допомоги членам співтовариств, які не мають фінансової підтримки з метою створення міцних економічних та екологічних змін	Надані кредити членам співтовариств — мешканцям неблагополучних районів міст	Доходи: \$1.3 млрд (2002).
Клініка хвороб зору «Аравінду», Індія	Лікування хвороб зору та ін. захворювань, догляд за пацієнтами, семінари, конференції	Лікування фінансово незабезпечених громадян, ліквідування сліпоти через всебічні послуги догляду за очима	Дохід: \$5,2млн, прибуток близько \$2,5млн, повернення інвестицій 200%.

* Складено автором за: Баталіна М., Московская А., Тарадина Л. «Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России». — М: ГУ ВШЭ 2007.; Социальное предпринимательство в Украине — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://socialbusiness.in.ua/index.php>; Баталіна М., Тарадина Л., Назарова И., Попова И. «Анализ состояния и тенденций развития социального предпринимательства в России с учетом возможностей применения опыта развитых индустриальных стран и подготовка предложений по внедрению инвестиционных проектов, реализующих принципы социального предпринимательства в условиях России». — М: ГУ ВШЭ 2007.

Закінчення табл. 2

Назва організації, країна	Вид або напрямок діяльності	Соціальний ефект діяльності	Економічний ефект діяльності
Підприємство «Зелений дім», Україна	Надання малообезпеченим сім'ям теплиць із вимогою повернення їх вартості через певний період часу	За останні 5 років компанією було встановлено 70 теплиць і забезпечено 105 робочих місць	Теплиця дає 20 -23 тисячі гривні прибутку, з яких половину родина має повернути, а половину використати на власні потреби.
«Медичний реабілітаційний центр «Здоров'я» та ТОВ «Спектр Плюс», Україна	Надання широкого спектру послуг для реабілітації пацієнтів з обмеженими можливостями	Реабілітація хворих після хвороби чи кризового стану, працевлаштування та фінансова підтримка людей з обмеженими можливостями, підтримка громад та задоволення потреб суспільних організацій	Дані відсутні, проте 100% прибутку ТОВ «Спектр Плюс» спрямовується на розвиток громади та допомогу людям з обмеженими можливостями.
Підприємство «Вигода», Україна	Виготовлення нестандартних металевих конструкцій	Допомога в адаптації та працевлаштуванні соціально незахищених верств населення — алко- та наркозалежних, колишніх ув'язнених	Дані відсутні, проте частина доходу спрямовується на підтримання функціонування підприємства, в планах — відкриття меблевого та садово-паркового цеху.
Пекарня «Горіховий дім», Україна	Випікання продукції, що реалізується в кав'ярнях та ресторанах Львова	Працевлаштування незахищених мешканців Львова, реабілітація жінок, які потрапили у скруту, бездомних тощо, підтримка некомерційних проєктів організації «Народна допомога»	Дані відсутні, проте частково за рахунок прибутків пекарні фінансується гуртожиток для жінок, що потрапили у скруту чи не мають місця проживання, де вони реабілітуються та повертаються до нормального життя.

Отже, соціальне підприємництво — це, як вважають деякі вітчизняні науковці та політики [12; 13], кон'юнктурний тренд? Нам здається, що у вітчизняній традиції, використання даного словосполучення частіше за все пов'язане з негативною оцінкою, хоча за класичним визначенням кон'юнктура — це комплекс умов в певній області людської діяльності, це парадигма, що відображає збіг обставин, множини подій на певній території в певний проміжок часу [14], а тренд — зміни, що визначають певний загальний напрямок розвитку, що пробиває собі дорогу через інші систематичні та випадкові коливання [15]. Відповідно, на наш погляд, кон'юнктурний тренд — це зміни, що обумовлені певним збігом обставин в певний часовий період, які визначають загальний напрямок розвитку.

Якщо погодитися з таким визначенням, то стверджуємо: так, соціальне підприємництво — це кон'юнктурний тренд, що і підтверджується зміною пріоритетів в оцінці ефективності підприємницької діяльності. Соціальні підприємці, використовуючи «зароблений дохід», прямо і безпосередньо відповідають на соціальну проблему згідно зі своєї місіїю.

Тобто ефективність традиційних підприємців обов'язково вимірюється фінансовими результатами. Результат роботи соціальних підприємців має «двоїсту сутність» [11]: це «мікс» фінансової та соціальної віддачі. Прибуток залишається цілком, але це — не єдина ціль, прибуток реінвестується в реалізацію соціальної місії.

Чи є соціальне підприємництво ефективним інструментом вирішення соціальних проблем суспільства? Безумовно, соціальна ініціатива підприємця наразі є дуже цінною, оскільки державний сектор часто не в змозі самотужки подолати всі суспільні проблеми, що існують в країні, а саме бідність, скорочення тривалості життя, безробіття, незахищеність деяких соціальних верств, зокрема, людей з обмеженими можливостями та ін. Діяльність некомерційних організацій часто буває неефективною через несистемність, відсутність планування, недостатнє фінансування. Соціальні підприємства^{**} відіграють важливу роль у зниженні рівня безробіття, зазвичай даючи змогу працевлаштуватися тим категоріям населення, які віддалені від ринку праці (інвалідам, молоді, самотнім жінкам з дітьми тощо).

Соціальне підприємництво стає інструментом для вирішення соціальних проблем суспільства завдяки інноваційній складовій, тобто здатності бачити «провали» ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які були втрачені іншими учасниками економічної системи, і держава має можливість оперувати цим видом діяльності у власних інтересах. Так, наприклад, у розвинених країнах активно використовуються соціальні бонди: держава оприлюднює соціальну ціль і бажаний результат/показник і, враховуючи кошти, які були б витрачені на вирішення цієї проблеми силами державних організацій, формує бюджет проекту. Якщо соціальне підприємство знаходить модель, як за ці гроші досягти бажаних показників, вкладається соціальний контракт. Соціальне підприємство під цей контракт залучає позичені кошти і проводить роботу. Якщо бажаного ефекту було досягнуто, держава оплачує роботу.

Крім того, ставлення суспільства і влади до соціального підприємництва відрізняється в різних країнах. Так, за останні роки в розвинутих країнах активізувалось співробітництво між приватним, державним та некомерційним секторами, що обумовлено усвідомленням суспільством нездатності ринку покрити багато

^{**} В українській практиці соціальним підприємством прийнято вважати суб'єкт господарювання (часто державної власності), який надає соціальні послуги та підтримує соціально вразливі групи населення (безробітних, малозабезпечених, осіб похилого віку, осіб з інвалідністю та інших встановлених законодавством осіб). В контексті нашого дослідження «соціальне підприємство» вживається в значенні «підприємство, яке створене соціальними підприємцями».

потреб суспільства, а віра в те, що державний сектор може подолати «провали ринку» через пряме надання товарів та послуг або через регулювання роботи бізнесу, з часом значно зменшилась. Зараз як приватний, так і державний сектори визнають, що створення нових некомерційних організацій є хорошим способом для структурування ініціатив, які лежать поза межами їх власних основних функцій. Зокрема, уряд Великобританії для всіякого заохочення інвестицій в галузь соціального підприємництва запровадив 30 % податкові пільги. До поширення цього виду діяльності все більше долучаються навчальні заклади Великобританії, університети працюють над заохоченням студентів, забезпечуючи матеріальну підтримку студентських соціальних бізнес-ідей, окрім того, навіть прагнуть впровадити курс соціального підприємництва в навчальну програму.

Розвинуті країни постійно проводять моніторинг ефективності бізнесу, в тому числі і соціального. Наприклад, хоч у Великобританії соціальні підприємства складають лише 1,3–1,8 % від загальної кількості приватних підприємств, вони створюють більше 2 млн робочих місць, що становить понад 8,5 % усіх зайнятих на підприємствах, а їх щорічний оборот складає близько 169 млрд фунтів стерлінгів, що перевищує 5,5 % від загального обороту підприємств [16]. Так, доведено, що надання коштів соціальним підприємствам на створення робочих місць або надання товарів та послуг є на сьогоднішній день найбільш ефективним способом використання ресурсів [17]. В цілому, у високорозвинутих країнах спостерігається стійкий тренд до галузевого розподілу соціальних підприємств — до 70 % з них сконцентровані в сфері послуг з охорони здоров'я, соціальних, фінансових, освітніх послуг.

Постсоціалістичні країни поки що знаходяться на стадії, так би мовити, «формування відповідного середовища та громадського ставлення» до соціальних підприємств. Незважаючи на відсутність відповідної законодавчої бази, ідея все більш набуває популярності як платформа для «стартапів», хоча, наприклад, в Латвії вже в грудні цього року має бути представлений законопроект, що законодавчо закріпить статус соціального підприємця.

Тобто, держави, що демонструють стійкий розвиток, гуманне ставлення до людини, повагу до суспільних інститутів, розглядають соціальне підприємництво як ефективний інструмент соціально-економічної політики. І навпаки, якщо соціальна діяльність сприймається виключно як сфера діяльності НКО та тягар для державного бюджету, а державна політика не бере на себе відповідальність щодо формування необхідного соціально-економічного середовища, помітне підвищення соціального добробуту не спостерігається.

Щодо слаборозвинутих країн, які реалізували вдали соціальні бізнес-проекти, то тут, на наш погляд, специфічна роль лідера. Вміння перетворювати власні навички і ресурси на товар чи послугу і при цьому не перетворюватися на ділка, зберігати здатність створювати щось для блага інших — властивість, яка, на жаль, трапляється нечасто. Її культивування, розвиток відбувається завдяки праці, а також під впливом професіонального оточення, держави. Вдало реалізовані проекти в соціальному підприємстві асоціюються з конкретними особистостями. «Соціальні підприємці часто справляють враження людей, одержимих своїми ідеями. Вони, одночасно, мрійники і абсолютні реалісти. Їх ідеї зрозумілі, етичні, притягують широку підтримку, щоб, наскільки це можливо, збільшити кількість людей, які здатні поділяти їх мрії і втілювати в життя». Соціальний підприємець слугує прикладом для багатьох місцевих двигунів змін [18].

Висновки. По-перше, немає необхідності чітко визначатися щодо соціального підприємництва — це кон'юнктурний тренд чи інструмент соціальної політики?

Ми вважаємо, що суперечності тут немає, є навіть певний діалектичний взаємозв'язок: в тих країнах, де сформовані умови (тренд) для сприйняття соціального бізнесу як ефективної моделі бізнес-поведінки, він, відповідно, демонструє високу ефективність в розв'язанні соціальних проблем. Досвід доводить, що незважаючи на те, що нерідко соціальне підприємництво базується на етичних мотивах та моральній відповідальності, його мотивація може включати і елементи персональної вигоди, наприклад, особиста участь в розподілі доходів. Проте в процесі реалізації егоїстичного прагнення до прибутків бізнес підвищує соціальний добробут шляхом створення нових ринків, нових підприємств, технологій, інституціональних форм, робочих місць та підвищення продуктивності [10].

По-друге, однією з основних характеристик соціального підприємництва є те, що воно надає перевагу створенню суспільного продукту над прибутком і використовує для досягнення соціального блага соціальні та економічні інновації. У результаті, це сприяє прискоренню соціальних змін та задоволенню суспільних потреб. Хоча цей кон'юнктурний тренд у різних країнах має дещо різне вираження, ми можемо спостерігати єдину тенденцію — вирішення соціальних проблем підприємницькими методами.

По-третє, наразі на задоволення соціальних потреб спрямовані зусилля трьох секторів: держави, бізнесу і некомерційного сектору. Жоден із них не в змозі задовольнити їх самотужки, базуючись лише на власних можливостях. Розуміння цього має підштовхувати державу як до сприяння поширенню і розвитку некомерційних організацій, так і заохочення підприємців до вирішення проблем державного чи локального рівня.

По-четверте, вважаємо перспективним напрямком подальших досліджень ефективності соціальних підприємств як досвід інвесторів, які в процесі реалізації проекту оцінюють багато нематеріальних складових: команда, ентузіазм, якість вирішення проблем, драйв, репутація, потенціал для зростання тощо; так і економіко-математичне моделювання можливих механізмів взаємодії бізнесу та держави.

Література

1. Boschee J. Social Entrepreneurship. Across the Board / Boschee J., 1995.
2. Dees, J. Gregory, and Peter Economy. Enterprising Nonprofits a Toolkit for Social Entrepreneurs. New York: Wiley, 2001.
3. Mair F. Social Entrepreneurial Business Models: an Exploratory Study / Mair F., Schoen O., 2005.
4. Martin R. Social Entrepreneurship: the Case for Definition / Martin R., Osberg S., 2007.
5. Андрющенко А. І. Соціальне підприємництво як інноваційний механізм підвищення якості життя найбільш уразливих прошарків населення. [Електронний ресурс] / А. І. Андрющенко, І. М. Рябець. — 2010. — Режим доступу до ресурсу: http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1_2010/4_3_3.pdf
6. Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики [Електронний ресурс] / О. Б. Кіреєва. — 2010. — Режим доступу до ресурсу: http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1_2010/4_3_3.pdf
7. Боделан В. Р. Соціальні бізнес і підприємництво як форма громадсько-державного партнерства [Електронний ресурс] / В. Р. Боделан — Режим доступу до ресурсу: http://el-zbirn-du.at.ua/2014_1/6.pdf
8. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки [Електронний ресурс] / О. В. Сотула — Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1988>
9. Dees J. G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship / Dees., 2001. — (Duke University's Fuqua School of Business)

10. Mair J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight / Mair J., Marty I. // *Journal of World Business*. — 2006. — №41. — С. 36–44.
11. Баталина М. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России / М. Баталина, А. Московская, Л. Тарадина. — Москва, 2007.
12. Социальный бизнес — один из трендов 2014 [Электронный ресурс] — Режим доступа до ресурсу: <http://www.csrjournal.com/akcent/7737-socialnyy-biznes-odin-iz-trendov-2014.html>.
13. Социальное предпринимательство. Тренд? Новый вид бизнеса? — Блог компании Бизнес-ассоциация АмВАР [Электронный ресурс] — Режим доступа до ресурсу: http://habrahabr.ru/company/ambar/blog/201624/#comment_6982028.
14. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. — К.: Видавничий центр «Академія», 2001. — С.71.
15. Статистика : учебник для бакалавров / под ред. В. С. Мхитаряна. — М. : Издательство Юрайт, 2013. — 590 с. — Серия : Бакалавр. Базовый курс.
16. The State of Social Entrepreneurship — Key Facts and Figures [Электронный ресурс] — Режим доступа до ресурсу: http://www.seforis.eu/upload/reports/4._Financing_of_Social_Enterprises.pdf
17. Policy Brief on Social Entrepreneurship Entrepreneurial Activities in Europe. [Электронный ресурс] — Режим доступа до ресурсу: http://www.oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf
18. Ashoka: innovators for the public [Электронный ресурс] — Режим доступа до ресурсу: <https://www.ashoka.org/>

References

1. Boschee J. Social Entrepreneurship. Across the Board / Boschee J., 1995.
2. Dees, J. Gregory, and Peter Economy. *Enterprising Nonprofits a Toolkit for Social Entrepreneurs*. New York: Wiley, 2001.
3. Mair F. *Social Entrepreneurial Business Models: an Exploratory Study* / Mair F., Schoen O., 2005.
4. Martin R. *Social Entrepreneurship: the Case for Definition* / Martin R., Osberg S., 2007.
5. Andrjushhenko A. I. Social'ne pidpriemnictvo jak innovacijnij mehanizm pidvishhennja jakosti zhittja najbil'sh urazlivih prosharkiv naseleennja. [Elektronnij resurs] / A. I. Andrjushhenko, I. M. Rjabec'. — 2010. — Rezhim dostupu do resursu: http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1_2010/4_3_3.pdf
6. Kireeva O. B. Social'ne pidpriemnictvo jak instrument derzhavnoї social'noї politiki [Elektronnij resurs] / O. B. Kireeva. — 2010. — Rezhim dostupu do resursu: http://www.sociology.kharkov.ua/socioprostir/files/magazine/1_2010/4_3_3.pdf
7. Bodelan V. R. Social'ni biznes i pidpriemnictvo jak forma gromads'ko-derzhavnogo partnerstva [Elektronnij resurs] / V. R. Bodelan — Rezhim dostupu do resursu: http://el-zbirn-du.at.ua/2014_1/6.pdf
8. Sotula O. V. Social'ne pidpriemnictvo jak innovacijna model' rozvitku ekonomiki [Elektronnij resurs] / O. V. Sotula — Rezhim dostupu do resursu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1988>
9. Dees J. G. *The meaning of social entrepreneurship*. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship / Dees., 2001. — (Duke University's Fuqua School of Business)
10. Mair J. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight / Mair J., Marty I. // *Journal of World Business*. — 2006. — №41. — С. 36–44.
11. Batalina M. *Obzor opyta i koncepcij social'nogo predprinimatel'stva s uchetom vozmozhnostej ego primenenija v sovremennoj Rossii* / M. Batalina, A. Moskovskaja, L. Taradina. — Moskva, 2007.
12. Social'nyj biznes — один из трендов 2014 [Elektronnij resurs] — Rezhim dostupu do resursu: <http://www.csrjournal.com/akcent/7737-socialnyy-biznes-odin-iz-trendov-2014.html>.

13. Social'noe predprinimatel'stvo. Trend? Novyj vid biznesa? — Blog kompanii Biznes-associacija AmBAR [Elektronnij resurs] — Rezhim dostupu do resursu: http://habrahabr.ru/company/ambar/blog/201624/#comment_6982028.

14. Ekonomichna enciklopedija: U tr'oh tomah. T. 2 / Redkol.: S. V. Mochernij (vidp. red.) ta in. — K.: Vidavnichij centr «Akademija», 2001. — S.71.

15. Statistika : uchebnik dlja bakalavrov / pod red. V. S. Mhitarjana. — M. : Izdatel'stvo Jurajt, 2013. — 590 s. — Serija : Bakalavr. Bazovij kurs.

16. The State of Social Entrepreneurship — Key Facts and Figures [Elektronnij resurs] — Rezhim dostupu do resursu: http://www.seforis.eu/upload/reports/4._Financing_of_Social_Enterprises.pdf

17. Policy Brief on Social Entrepreneurship Entrepreneurial Activities in Europe. [Elektronnij resurs] — Rezhim dostupu do resursu: http://www.oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf

18. Ashoka: innovators for the public [Elektronnij resurs] — Rezhim dostupu do resursu: <https://www.ashoka.org/>

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: КОНЪЮНКТУРНЫЙ ТРЕНД ИЛИ ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ОБЩЕСТВА?

Кульбако М.С., студентка 3 курса факультета международной экономики и менеджмента ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. В статье проанализировано украинское социальное предпринимательство с точки зрения критериев, принятых в западной научной традиции. Исследована эффективность социального предпринимательства в контексте его социальной и коммерческой отдачи. С помощью общенаучных и особых методов экономики, философии, социологии, культурологии определены основные характеристики феномена социального предпринимательства и личности социального предпринимателя.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальные проблемы, общественный эффект.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: CONJUNCTURE TREND OR EFFECTIVE TOOL FOR SOLVING SOCIAL PROBLEMS?

Kulbako M., 3rd year student of the Faculty of International Economics and Management SHEI “Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman”

Abstract. The article presents the results of research of Ukrainian social entrepreneurship in terms of the criteria adopted by the Western scientific tradition. With general and special methods of economy, philosophy, sociology and cultural studies the basic characteristics of the social entrepreneurship phenomenon and the person of social entrepreneur are defined. The research contains analysis of the economic and social effectiveness of social enterprises. In the matter of choice whether it is trend or tool for solving social problems the author concludes that in countries, where conditions are formed (trend is present) for the perception of social business, there is a dialectic relationship that demonstrates high effectiveness in solving social problems.

Key words: social entrepreneurship, social problems, social effect.

Стаття надійшла до редакції 23.04.2015