

Наталія Рауфівна АБЛЯЗОВА

к.е.н., доцент кафедри, Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2367-9349>
e-mail: fem_sura@ukr.net

Світлана Григорівна КОЗЛОВСЬКА

к.т.н., доцент кафедри, Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1754-1220>
e-mail: fem_sura@ukr.net

УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ ФОРМИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Соціальне підприємництво є порівняно новим інструментом, який, застосовуючи інноваційні концепції отримання підприємницького прибутку, вирішує як місцеві, так і державні соціальні проблеми. У статті досліджено: сутність, класифікації, проблеми та перспективи управління у сфері соціального підприємництва. Поняття «соціального підприємництва» досліджувалось з позиції інструменту вирішення наявних соціальних проблем на інноваційних засадах. Зараз визначальним фактором зростання соціального підприємництва є соціальний тиск, який спонукає людей до пошуку нових способів ведення бізнесу, забезпечення власних потреб робити щось для суспільства, але водночас не виключає і чинник грошової винагороди. За результатами дослідження доведено необхідність використання інституту соціального підприємництва для розроблення, фінансування та впровадження інноваційних рішень у частині соціальних проблем. Обґрунтовано необхідність формування правового механізму регулювання соціального підприємництва в Україні.

Ключові слова: соціальне підприємництво, інновації, бізнес, управління, соціальна сфера

ВСТУП

Інноваційні методи управління економічними системами в умовах чергової фінансової кризи набувають актуальності та поширюються на всі галузі економіки. Зараз вагомим значення набувають питання підтримки бізнесу та забезпечення соціальних гарантій усім верствам населення. Адже у результаті карантинних обмежень та неспроможності держави підтримати бізнес-структури, значна їхня частина була змушена припинити свою діяльність, перепрофілюватися або звільнити найманих працівників. Крім таких підприємців та звільнених працівників, існує низка інших верств населення, які потребують соціальної допомоги від держави, проте можуть бути «корисними» у суспільному виробництві. Тому у сфері підприємництва гостро постали два питання: всебічна підтримка бізнесу та забезпечення соціального захисту громадян. Актуальним залишається питання пошуку інноваційних підходів до розв'язання проблем соціального характеру та підтримки бізнесу.

Для вирішення цієї проблеми у західних країнах, а останнім часом і в Україні, активно використовується «соціальне підприємництво» як інструмент задоволення суспільних потреб. У загальному розумінні соціальне підприємництво – це відносно новий вид діяльності підприємницьких структур із використанням бізнес-ідей на умовах самокупності з досягненням певного соціального ефекту за рахунок ресурсів, які раніше у такій якості не використовувалися.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічно та інформаційною основою роботи є праці провідних вчених, а також матеріали періодичних видань. У проведенні дослідження використовувалися методи аналізу та синтезу, теоретичного узагальнення, системний підхід тощо.

МЕТА статті – дослідження дефініції «соціальне підприємництво» як інноваційного механізму ведення бізнесу, визначення класифікаційних ознак таких підприємств та формування підходів щодо оптимального управління ними з досягненням певного соціального ефекту.

РЕЗУЛЬТАТИ

Незважаючи на те, що в експертному, науковому та правовому полі України відсутній єдиний погляд та визначення соціального бізнесу, це явище соціального та економічного життя українського суспільства існує та розвивається [1].

Беручи свої витоки з ідей суспільної самоорганізації XVIII ст. у США [2, с. 10–12], в інших закордонних країнах поняття «соціальне підприємництво» остаточно сформувалося у другій половині XX ст. Вперше дефініцію «соціальне підприємництво» використано у 1960-х рр. в англомовній літературі, присвяченій питанням соціальних змін. А завдяки зусиллям Б. Дрейтона (засновника компанії Ashoka) у 1980-х рр. ця дефініція набула поширення та широкого вжитку.

У країнах Європи першими дослідження у сфері соціального підприємництва здійснили італійські дослідники, адже саме там виникли перші соціальні підприємства – соціальні кооперативи, які надавали соціальні послуги.

Вагомий інтерес до такого виду господарювання сприяв всебічному дослідженню цього питання західними науковцями, серед яких варто виокремити таких – Ф. Сперклі, М. Юнус, А. Жюлі, Дж. Кікал, Т. Лайонс, Д. Борнштейн, П. Друкер, Х. Бергман та ін.

Г. Діз вважає, що соціальне підприємництво поєднує соціальну місію із властивою бізнесу дисципліною, інновацією й рішучістю [3, с. 2]. Дж. Томпсон, зі свого боку, зазначає, що соціальне підприємництво – це фе-

номен застосування навичок ведення бізнесу (отримання прибутку) у некомерційному секторі [4, с. 415].

Нобелівський лауреат М. Юнус також розробив і запропонував фундаментальні основи соціального підприємництва як явища, механізму, здатного реально сприяти забезпеченню зростання добробуту населення, найбідніших верств, які не володіють ніяким капіталом, окрім своєї праці [5, с. 221]. Значний внесок у розвиток теорії й методології соціального підприємництва належить Дж. Кікал і Т. Лайонсу, які відзна-

чили його особливу, перспективну для розвитку людства місію, пріоритетну відносно сталості функціонування соціально-економічної, екологічної та інших підсистем людської життєдіяльності [6].

Проте серед західних авторів, які досліджували ці питання, відсутній єдиний підхід до визначення та класифікації таких підприємств. Наразі виокремлюють чотири основних підходи (три з яких отримали назви шкіл) до трактування «соціального підприємництва» (табл. 1).

Таблиця 1 – Підходи до визначення «соціального підприємництва» [7, с. 17]

Назва підходу	Змістова характеристика
«Школа соціально орієнтованого бізнесу»	бізнес-організація, яка здійснює виробництво й реалізацію товарів, робіт, послуг із метою задоволення соціальних потреб
«Школа заробленого доходу»	неприбуткова організація, яка збільшує питому вагу самофінансування у структурі джерел її фінансування
«Школа соціальних інновацій»	організація, діяльність якої орієнтована на розроблення та впровадження інновацій у соціальній сфері
«EMES підхід»	організація, що залучає кошти для здійснення неприбуткової діяльності (гранти, пожертви тощо) і відповідає 9-ти визначеним критеріям, які поділені на такі групи: економічні та підприємницькі; соціальні та колективного управління.

Перші дослідження теорії соціального підприємництва в Україні здійснив вітчизняний науковець М. Туган-Барановський. Серед вітчизняних науковців питання соціального підприємництва особливої актуальності набуло впродовж останнього десятиліття. Така зацікавленість викликана соціальною складовою бізнесу, а саме можливістю надати допомогу певним верствам населення в працевлаштуванні або відкритті власної справи. Так, питання розвитку соціального підприємництва та його трансформації під впливом сучасних вимог ведення бізнесу висвітлено в працях таких науковців та дослідників, як: І. Березяк, Ю. Бондар, І. Босак, З. Варналій, М. Волкова, Н. Доброва, Л. Долуда, А. Дюк, В. Звонар, В. Іванишин, Ю. Кірсанова, В. Кокоть, Б. Косович, М. Куц, Т. Лункіна, Г. Матвієнко-Беляєва, В. Назарук, Н. Проць, Н. Сіренко, В. Смаль, В. Шевченко та ін. Проте, незважаючи на значну кількість досліджень, і дотепер не сформовано єдиного визначення цієї дефініції.

Так, Л. Долуда, В. Назарук та Ю. Кірсанова зазначають, що «соціальне підприємництво – це підприємницька діяльність, спрямована на позитивні інноваційні зміни в суспільстві: пом'якшення або вирішення соціальних проблем, за рахунок доходів, отриманих від власної діяльності» [8, с. 5]. Г. Матвієнко-Беляєва вважає, що «соціальне підприємництво – це розвиток соціальної бізнес-ідеї, але з комерційною складовою, тобто гроші необхідні для вирішення соціальних потреб» [9].

О. Кожемяченко, О. Солосіч та М. Голуб доводять, що «соціальне підприємництво – це особлива, специфічна форма організації й ведення господарської діяльності, яка поєднує в собі елементи комерційної структури разом із функціями й завданнями неприбуткових благодійних організацій» [10].

Зі свого боку, А. Свинчук, А. Корнецький, М. Гончарова, В. Назарук, Н. Гусак, А. Туманова зазначають: соціальне підприємство – це бізнес-організація, пріоритетна позначка прозорості (публічної) діяльності якої полягає у вирішенні соціальних проблем [7].

Група експертів проекту EU4Youth доводять, що «соціальне підприємництво – це діяльність підприємств чи організацій, які функціонують із метою отримання прибутку і його спрямування на виконання соціальної місії у контексті вирішення суспільних проблем, або ж працюють у сфері неприбуткової діяльності, спрямованої на досягнення соціального ефекту [1].

Отже, відсутність єдиного підходу до визначення «соціального підприємництва» як серед вітчизняних, так і західних науковців, зумовлює подальше дослідження цього феномену та його вплив на бізнес-структури в Україні.

Сьогодні Велика Британія є лідером у розвитку та підтримці соціального підприємництва. У країні налічується більше 70 тис. таких бізнес-структур. Їхній сумарний внесок в економіку країни становить понад 24 млрд фунтів стерлінгів. За підсумками 2019 р. 68 % соціальних підприємств підтримують людей з уразливих груп, 44 % працевлаштовують людей з уразливих груп, 28 % працюють у найбільш депресивних районах країни [1]. У Польщі у 2019 р. налічувалося 29535 соціальних підприємств, де працювало 428,7 тис. осіб.

Перші кроки реалізації соціального підприємництва в Україні відбулись у 2000-х рр. У 2010 р. за сприяння Британської Ради в Україні створено Консорціум «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні», до якого увійшли Фонд «Східна Європа», Міжнародний фонд «Відродження», комерційний банк «Ерстебанк» та міжнародна аудиторська компанія PWC [11].

За даними статистичних спостережень зараз в Україні близько 1000 підприємств, які можна віднести до соціальних. Дослідження розвитку соціального підприємництва в Україні здійснено в рамках проекту «Соціальні підприємства в Україні» громадською організацією «Молодіжний центр із проблем трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ-XXI» за фінансової підтримки Western NIS Enterprise Fund. Так, встановлено, що за період 2008-2017 рр. створено 112 соціальних підприємств, з яких 66 зареєстровано у 2015–

2016 рр., 78 соціальних підприємств мали до 5 осіб, 26 – 6–10 осіб, у 15-ти зареєстровано 11–20 офіційно зайнятих осіб. Лише у чотирьох соціальних підприємствах працювало понад 100 працівників, а у 10 соціальних підприємств працювали лише завдяки підтримці волонтерів [1]. У період 2016–2017 рр. в Україні налічувалось 150 соціальних підприємств. Значне зростання їхньої кількості в останні роки (+82 %) є наслідком кризи та появою нових категорій осіб, які потребують соціальної підтримки. Проте, як і 6 років тому, у більшості соціальних підприємств працює до 5 осіб (31%). Лише в 15 % соціальних підприємств працює понад 20 працівників. Є також соціальні підприємства, де працює 1 працівник (10 %) [1]. Найбільша кількість соціальних підприємств знаходиться в м. Київ (20 %), Львівській (10 %), Полтавській (6 %), Донецькій (6 %), Київській (5 %), Запорізькій (5 %), Харківській (4 %) областях. Найменше соціальних підприємств у Волинській області.

Загалом соціальне підприємництво спрямоване на соціальний вплив, а не отримання прибутку. Відповідно до міжнародних стандартів соціальні підприємства поділяють на такі:

- підприємства, для яких соціальна мета є основою комерційної діяльності – вони зазвичай створюються у формі соціальних інновацій;
- підприємства, прибуток яких реінвестується для

досягнення соціальної мети;

– підприємства, в яких метод організації або система власності відображає місію підприємства із забезпеченням соціальної справедливості.

У вітчизняному правовому полі відсутнє визначення соціального підприємництва. Діяльність такого бізнесу регламентується такими нормативними документами: Господарський кодекс України, Податковий кодекс України, Закон України «Про кооперацію», Закон України «Про громадські об'єднання» тощо. В Україні законодавчо проблема соціального підприємництва відповідно до статусу суб'єктів за організаційною формою не врегульована. «Організувати соціальне підприємство можна у будь-якій зручній із різноманітних форм (організації громадянського суспільства, суб'єкти підприємницької діяльності тощо)» [7, с. 5].

Отже, соціальне підприємництво не обмежене у виборі організаційних форм ведення бізнесу, а їхня структура в Україні має такий вигляд: фізичні особи-підприємці – 26 %, приватні підприємства – 16 %, громадські організації – 14 %, 13 % – ТОВ, сільськогосподарські кооперативи – 10 % та інші – 21 %.

У західних країнах організаційні форми соціального підприємництва залежать від устрою країн та норм правового регулювання (табл. 2).

Таблиця 2 – Організаційні форми соціального підприємництва в країнах ЄС [сформовано авторами за даними https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en]

Країна	Сучасні форми соціальних підприємств	Характеристики й соціальні цілі
Великобританія, Бельгія, США	Компанія суспільного інтересу, соціальної мети. Компанії соціального інтересу	Функціонально-цільові характеристики: Об'єднання громадян, підприємців, які спільно здійснюють роботу із задоволення потреб суспільства на соціальних, підприємницьких засадах у сферах визначеного суспільного інтересу, мета в таких організацій соціальна. Організаційно-правові: структури у формі товариства або партнерства.
Італія, Польща, Чехія, Франція, Португалія, Фінляндія, Іспанія	Соціальні кооперативи. Кооперативи соціальної солідарності. Кооперативні товариства колективного інтересу. Кооперативи соціальної солідарності. Кооперативи соціальної ініціативи.	Функціонально-цільові характеристики: структури, діяльність яких спрямована на сприяння вирішенню соціально значимих для суспільства, території проблем, зокрема вирівнювання соціальної його структури у сфері зайнятості, забезпечення житлом, зокрема маргіналізованих верств населення. Організаційно-правові: структури у формі кооперативу.

Наразі існує безліч визначень самого соціального підприємництва та підходів до його класифікації. Різноманітність підходів класифікації зумовлена: наявністю значної кількості соціальних проблем, вирішення яких потребує нових методів ведення бізнесу; відсутністю нормативно-правової бази, що регулює їхню діяльність; не чітким розмежуванням соціального підприємництва та благодійності, соціальної відповідальності тощо.

Наразі виокремлюють такі види соціального підприємництва:

- створення нової продукції на основі переробки відходів та забезпечення економічної безпеки;
- протидія криміналізації суспільства;
- реабілітація людей, які опинились у складній життєвій ситуації;
- система з надання послуг для незахищених верств населення;
- організації для мікрокредитування дрібних під-

приємців тощо.

Проте соціальному підприємству притаманні ті ж критерії, що і традиційному підприємству, зокрема, ініціативність, ризиковий характер, інноваційність, фінансова самостійність. Але є й певні специфічні риси: пріоритетність соціальної мети, реінвестування прибутку у соціальний розвиток.

Грегорі Діз та інші дослідники виокремлюють такі фактори, що відрізняють соціальне підприємництво від підприємництва звичайного:

- прийняття на себе місії створення й підтримки соціальних цінностей (суспільного блага);
- виявлення й використання нових можливостей для реалізації обраної місії;
- здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації й навчання;
- висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством;

– комбінування наявних ресурсів для створення можливостей прискорення соціальних змін та задоволення соціальних потреб [3, с. 23–30].

Більшість соціальних підприємств займаються працевлаштуванням соціально незахищених верств населення, генеруванням фінансів для соціальної діяльності та реінвестування у власну діяльність.

Соціальне підприємництво, як зазначалось раніше, є ризиковою та потребує фінансових інвестицій так само, як і звичайна підприємницька діяльність. Нині в Україні існує безліч програм та проєктів підтримки такого бізнесу, як державою, так і закордонними інвесторами.

Так, зараз в Україні реалізовується Проєкт EU4Youth «Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Україні та Молдові». У рамках проєкту створено 6 лабораторій соціального підприємництва та ЕкоХабів у Вінницькій, Дніпропетровській, Житомирській, Кіровоградській, Тернопільській та Черкаській областях. Лабораторії підтримують різні ініціативи соціального бізнесу та тестують інновації, що підвищують конкурентоспроможність соціальних підприємств. Також вони надають юридичну та фінансову допомогу, послуги з маркетингу й масштабування бізнесу, забезпечують психологічну підтримку, просування та розвиток підприємцям [12].

ВИСНОВКИ

Отже, як видно з досвіду розвинених країн, соціальне підприємництво є ефективним механізмом делегування державою повноважень у сфері соціальної роботи. Сформувавши певні умови для реалізації со-

ціальної ініціативи бізнесу, держава може сприяти економії бюджетних коштів. Проте у вітчизняному законодавстві й дотепер не визначено «соціальне підприємництво», а Законопроєкт «Про соціальні підприємства» № 10610 від 14.06.2012 р. та № 2710 від 23.04.2015 р., який вносився на розгляд Верховної Ради України, так і залишився без розгляду. І це тоді, як соціальні підприємства формують більше 0,08 % ВВП країни. А згідно з дослідженнями фонду «Свразія» близько 30 % українських соціальних підприємств є бізнес-організаціями, 60 % – неприбуткові організації, 10 % – є поєднанням неприбуткової організації та підприємства. В Україні 90 % соціального бізнесу закриваються впродовж першого року роботи, а після трьох років «вживають» лише 2–3 % [7]. Така ситуація пов'язана саме з відсутністю правового регулювання соціального підприємництва в Україні.

Отже, з метою вдосконалення процесів управління та підтримки соціального підприємництва необхідно:

- сформувати відповідну правову базу з регулювання соціального підприємництва;
- забезпечити підтримку з боку уряду на всіх стадіях створення та ведення соціального бізнесу;
- зробити більш доступними джерела фінансування соціальних проєктів тощо.

Стрімкий розвиток соціального підприємництва має істотний внесок як в економіку країни, так і в соціальну сферу.

Отже, соціальне підприємництво є інноваційним інструментом, спрямованим на вирішення соціальних проблем в умовах сучасних суспільних трансформацій.

Список використаних джерел

1. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз: аналітичний звіт / за ред. І.С. Каменко. 2020. 37 с. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf.
2. Lough B.J., McBride A.M. The Influence of Solution-Focused Reflection on International Social Entrepreneurship *Identification Journal of Social Entrepreneurship, Taylor & Francis Journals*. 2013. Vol. 4(2). pp. 220–236. URL: www.researchgate.net
3. Dees J.G. The Meaning of «Social Entrepreneurship». 2001. URL: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf
4. Thompson J. The world of the social entrepreneur. *International Journal of Public Sector Management*. 2020. Vol. 15. Issue 5. pp. 412–431.
5. Юнус М., Жюли А. Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2010. 307 с.
6. Кикал Дж., Лайонс Т. Социальное предпринимательство: миссия сделать мир лучше. Москва: «Альпина Паблишер», 2014. 304 с.
7. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін / А.А. Свинчук та ін. Київ: ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.
8. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Л. Долуда та ін. Київ: ТОВ «Агентство «Україна». 2017. 92 с.
9. 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.
10. Кожемяченко О.О., Солосіч О.С., Голуб М.О. Соціальне підприємництво: світовий досвід та практичні аспекти становлення в Україні. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2018. Вип. 21. С. 140–147. URL: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/118669/132666>
11. Практичний аналіз розвитку соціального підприємництва. 2019. 52 с. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/2/1/426377.pdf>.
12. EU NEIGHBOURS. URL: <https://www.euneighbours.eu/ru/vostok/stay-informed/news/proekt-eu4youth-zapustil-shest-laboratoriy-socialnogo-predprinimatelstva>.

References

1. Social entrepreneurship in Ukraine: Economical and legal analysis / ed. I.S. Kamenko. 2020. 37 p. URL: https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf. (in Ukrainian).
2. Lough B.J., McBride A.M. The Influence of Solution-Focused Reflection on International Social Entrepreneurship *Identification Journal of Social Entrepreneurship, Taylor & Francis Journals*. 2013. Vol. 4(2). pp. 220–236. URL: www.researchgate.net
3. Dees J.G. The Meaning of "Social Entrepreneurship". 2001. URL: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf

4. Thompson J. The world of the social entrepreneur. *International Journal of Public Sector Management*. 2020. Vol. 15. Issue 5. pp. 412–431.
5. Yunus M., Zhuli A. Creating a world without poverty. Social business and the future of capitalism. Moscow: Alpina Business Books, 2010. 307 p. (in Russian).
6. Kikal Dzh., Layons T. Social entrepreneurship: a mission to make the world a better place. Moscow: Alpina Publisher, 2014. 304 p. (in Russian).
7. Social entrepreneurship: from idea to social change / A.A. Svinchuk, et.al. Kyiv: LLC "VENI ENTERPRISE", 2017. 188 p. (in Ukrainian).
8. Social entrepreneurship. Business model. Registration. Taxation / L. Doluda, et.al. Kyiv: LLC Agency Ukraine, 2017. 92 p. (in Ukrainian).
9. Matviienko-Beliaieva H.L. Social entrepreneurship: An effective hybrid business phenomenon. *Business Economics and Management*. 2018. Issue 14, pp. 461–466. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_eng/64.pdf (in Ukrainian).
10. Kozhemiachenko O.O., Solosich O.S., Holub M.O. Social entrepreneurship: world experience and practical aspects of formation in Ukraine. *Modern problems of economy and entrepreneurship*. 2018. Issue 21. pp. 140–149. (in Ukrainian).
11. Practical Analysis of Social Entrepreneurship Development. 2019. 52 p. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/2/1/426377.pdf>
12. EU NEIGHBOURS. URL: <https://www.euneighbours.eu/ru/vostok/stay-informed/news/proekt-eu4youth-zapustil-shest-laboratoriy-socialnogo-predprinimatelstva> (in Russian).

Nataliia ABLIAZOVA

PhD in Economics, Associate Professor of department, Rauf Ablyazov East European University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2367-9349>

e-mail: fem_sura@ukr.net

Svitlana KOZLOVSKA

PhD in Engineering, Associate Professor of department, Rauf Ablyazov East European University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1754-1220>

e-mail: fem_sura@ukr.net

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP GOVERNANCE AS AN INNOVATIVE FORM OF DOING BUSINESS

Introduction. This paper is devoted research to the social entrepreneurship. The research: the nature, classification, business structure, problems and prospects management of social entrepreneurship. Social entrepreneurship is a relatively new instrument that, through the application of innovative entrepreneurial income generation concepts, addresses both local and state social challenges. Social entrepreneurship signals the imperative to drive social change, and it is that potential payoff, with its lasting, transformational benefit to society, that sets the field and its practitioners apart.

The purpose of the paper is to improve the definition of "social entrepreneurship" as an innovative mechanism for doing business, to determine the classification characteristics of such enterprises and the formation of approaches to optimal management of them with the achievement of a certain social effect.

Results. The paper defines the concept of "social entrepreneurship" as a tool for solving existing social problems on an innovative basis using the principles of creativity and self-sufficiency. The necessity of using the institution of social entrepreneurship for the development, financing and implementation of innovative solutions in terms of social, cultural or environmental problems is proved. The main features of social entrepreneurship are highlighted. The features of social entrepreneurship in Ukraine are investigated and the main problems that impede the spread of social entrepreneurship are identified, ways of solving them are proposed.

Conclusion. The determining factor in the growth of social entrepreneurship is social pressure, which encourages people to do something for society, but, at the same time, does not exclude the factor of monetary gain, without which it is difficult to survive in this world. The necessity of forming a legislative mechanism for the regulation of social entrepreneurship is justified. For the development of social entrepreneurship in Ukraine needs to create an extensive legislative framework regulating social entrepreneurship; increasing the state's role in financing social projects in the initial stages; informing the public and authorities about the role and activities of social entrepreneurs.

Keywords: social entrepreneurship, innovation, business, management, social sphere