

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ

TYPOLOGIZATION OF SOCIAL ENTERPRISES IN THE NATIONAL ECONOMY: MODERN APPROACHES

У статті досліджено сучасні підходи до типологізації соціальних підприємств в національній економіці. Зазначено, що зміщення акценту з соціального підприємництва на соціальне підприємство розширює межі дослідження далеко за межі суто підприємництва, однак в даному випадку важливо зрозуміти, де в системі координат «створення соціальних і економічних цінностей» знаходяться ті чи інші соціально-підприємницькі ініціативи. У зв'язку із цим проаналізовано, яке конкретно місце в системі координат «створення соціальних та економічних цінностей» займають певні соціально-підприємницькі ініціативи. До загальних типів організацій соціально-підприємницького спрямування віднесено: організації, що засновані на суцільній філантропії; організації гібридного характеру; організації, що засновані на суцільній комерції. Соціальні підприємства гібридного характеру типологізовано на: традиційні неприбуткові організації; неприбуткові організації, що здійснюють прибуткову діяльність; чисті соціальні підприємства; соціально-відповідальний бізнес; організації, що практикують соціальну відповідальність; традиційні прибуткові організації. Аргументовано, що результат діяльності соціального підприємства може полягати в забезпеченні додаткового механізму фінансування (соціальних програм організації, або покриття операційних витрат), а може слугувати стійким системним механізмом забезпечення соціальної місії. Доведено, що призначення соціального підприємства може збігатися з соціальною місією організації, бути з нею побічно пов'язаним, або нейтральним, що у свою чергу по-різному відбивається на ступені інтеграції соціальної та економічної програми підприємства. Залежно від ступеню інтеграції соціальної програми і бізнес-активності виділено такі типи соціальних підприємств, як: вбудовані, коли бізнес-діяльність організована спеціально і безпосередньо для реалізації соціальної програми неприбуткової організації; інтегровані, коли бізнес-діяльність лише частково покриває діяльність неприбуткової організації в рамках її соціальної програми і організовується не стільки для здійснення місії, скільки як механізм фінансової підтримки соціальної програми неприбуткової організації; екстерналізовані, коли бізнес-діяльність не пов'язана з соціальними програмами і місією організації. Зазначено, що наведені моделі, що ілюструють варіанти реалізації різних типів інтеграції, відносяться в основному до так званої «операційної» класифікації соціальних підприємств, у той же час існують і інші підходи до відповідної класифікації, зокрема, залежно від: різних критеріїв розмежування організаційної структури – юридичної структури і структури власності; співвідношення ризиків і вигод; галузевої програмної стратегії; секторальної програмної стратегії (сегменту ринку, місцеве співтовариство, економічний розвиток тощо); розвитку місії; фінансової стратегії.

Ключові слова: макроекономіка, національна економіка, підприємництво, соціальне підприємство, соціальне підприємство, неприбуткова організація, типологізація, механізми фінансування, моделювання.

The article examines modern approaches to typologization of social enterprises in the national economy. It is noted that the shift of emphasis from social entrepreneurship to social enterprise expands the boundaries of Research far beyond purely entrepreneurship, but in this case, it is important to understand where certain socio-entrepreneurial initiatives are located in the coordinate system "creating social and economic values". In this regard, it is analyzed what specific place in the coordinate system "creation of social and economic values" is occupied by certain socio-entrepreneurial initiatives. The general types of social and entrepreneurial organizations include organizations based on continuous philanthropy; organizations of a hybrid nature; organizations based on continuous commerce. Hybrid social enterprises are typologized into traditional non-profit organizations; non-profit organizations that carry out profitable activities; clean social enterprises; socially responsible businesses; organizations that practice social responsibility; traditional profitable organizations. It is argued that the result of the activity of a social enterprise may consist in providing an additional financing mechanism (social programs of the organization, or covering operating expenses), or it may serve as a stable systemic mechanism for ensuring a social mission. It is proved that the purpose of a social enterprise can coincide with the social mission of an organization, be indirectly related to it, or be neutral, which in turn affects the degree of integration of the social and economic program of the enterprise in different ways. Depending on the degree of integration of the social program and business activity, such types of social enterprises are distinguished as: built-in, when the business activity is organized specifically and directly for the implementation of the social program of a non-profit organization; integrated, when the business activity only partially covers the activities of a non-profit organization within its social program and is organized not so much for the implementation of the mission, but as a mechanism for financial support of the social program of a non-profit organization; externalized when business activities are not related to social programs and the organization's mission. It is noted that the given models illustrating options for implementing various types of integration relate mainly to the so-called "operational" classification of social enterprises, at the same time there are other approaches to the corresponding classification, in particular, depending on: different criteria for distinguishing organizational structure-legal structure and ownership structure; risk-benefit ratio; industry program strategy; sectoral program strategy (market segments, local community, economic development, etc.); mission development; financial strategy.

Key words: macroeconomics, national economy, entrepreneurship, social entrepreneurship, social enterprise, non-profit organization, typologization, financing mechanisms, modeling.

УДК 338.246

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.75-8>

Кот Л.Л.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри екологічного
менеджменту та підприємництва
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Kot Liudmyla

Taras Shevchenko National University
of Kyiv

Постановка проблеми. Феномен соціального підприємництва сьогодні має довгу приватну історію, але достатньо коротку публічну. Неприбуткові організації вже давно займаються отриманням доходу і бізнесом, щоб або доповнювати, або покращувати свою місіонерську діяльність. Проте, тільки в останні 25–30 років вчені, практики та донори почали вивчати та реєструвати випадки, коли неприбуткові організації застосовували ринкові підходи для досягнення своїх цілей. Практика соціального підприємництва супроводжується прагненням неприбуткових організацій до стійкості, особливо в нинішні часи, коли підтримка з боку традиційних, благодійних та державних джерел скорочується, а конкуренція за доступні кошти зростає. Соціальне підприємство дозволяє неприбутковим організаціям розширювати перелік важливих послуг для тих хто їх потребує, одночасно просуюючи організацію до самодостатності. Лідери неприбуткових організацій розуміють, що тільки створивши незалежні засоби фінансування, вони можуть сприяти становленню дійсно перспективного та ефективного підприємства та підприємництва в цілому.

Сьогодні в національній економіці розвинутих світових держав постає питання про пошуки нових підходів до типологізації соціальних підприємств та споріднених з ними організацій соціальної сфери з метою: з'ясування їх макроекономічних зв'язків; здійснення розмежування між приватним і неприбутковим (третім) секторами економіки; дослідження особливостей поєднання соціальних цінностей і цілей, відносин власності, прибутків та стратегії капіталізації, специфіки управління та обслуговування систем, призначених для забезпечення максимальної соціальної цінності. Усе вищезазначене і зумовило актуальність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Особливостям соціального підприємництва присвячені праці І. Босак, З. Варналія, М. Волкової, З. Галушки, В. Геєця, А. Дюк, В. Звонара, О. Кіреєвої, В. Кокотя, І. Комарницького, А. Корнецького, Т. Лункіної, О. Набатової, В. Назарука, О. Овсянюк-Бердадіної, Н. Проць, А. Свинчук, Н. Супрун.

Важливими для дослідження обраної теми є роботи зарубіжних вчених, зокрема: К. Альтер, Д. Борнштейна, Г. Діза, Б. Дрейтона, П. Друкера, В. Зомбарта, І. Кірцнера, Дж. Кікал, Дж. Коллінза, Ч. Лідбітера, І. Марті, Дж. Мейєра, Дж. Порраса, С. Осберг, Й. Шумпетера, М. Юнуса.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасних підходів до типологізації соціальних підприємств в національній економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Спроби реалізувати власні методи вивчення суті соціального підприємництва, а також соціальних

підприємств реалізуються на постійній основі з того часу, коли ця тема тільки почала вивчатися фахівцями. Однак, з тієї причини, що теорія соціального підприємництва є досить новою науковою течією, більшість його принципів ставляться один одному на противагу. Також, певні дослідження, що мають за мету зміщення масштабів відповідного предмета в меншу сторону, і, як правило, поспішності в усуненні «зайвого», ризикують викликати втрату «головного».

Очевидно, що зміщення акценту з соціального підприємництва на соціальне підприємство розширює межі дослідження далеко за межі суто підприємництва. Однак в даному випадку важливо зрозуміти, де в системі координат «створення соціальних і економічних цінностей» знаходяться ті чи інші соціально-підприємницькі ініціативи. Необхідно чітко проаналізувати, яке конкретно місце в системі координат «створення соціальних та економічних цінностей» займають певні соціально-підприємницькі ініціативи.

Логічно вибрати з великої кількості практик і системних механізмів дійсно ефективні моделі соціальних проєктів і стабільно функціонуючих підприємств. Цей метод, по суті, є інструментом. Такий підхід має на увазі виключення як такого, поділу на «прибутковість-неприбутковість», з тієї причини, що в реальності, виходячи з досвіду великих фірм ці складові доповнюють одна одну. У сучасному економічному середовищі, все більше підприємств реалізують ринкові системи для отримання в один і той же час як економічної, так і соціальної вигоди, що можна побачити у формуванні певного загального блага.

З метою показати реальні масштаби сфери сьогоденного соціального підприємництва, ми пропонуємо навести для прикладу перелік абсолютно різних систем компаній, які були сформовані із застосуванням різних принципів і призвели до абсолютно різних наслідків. Сюди можна віднести, наприклад, організації «основи піраміди», кооперативи, соціальні компанії, корпорації розвитку місцевих спільнот тощо.

Потрібно підкреслити той факт, що, незважаючи на великі масштаби ринку соціальних підприємств, реальна низка компаній, які ідентифікують себе як соціальні підприємства, є досить невеликою, і не є абсолютно елітарною. На даний момент, велика кількість лідерів і донорів безпосередньо з неприбуткового сектору або поняття не має про відповідний термін, або не вважає за необхідне орієнтуватися на ринок соціального підприємництва.

Таким чином, продовжуючи тему, ми спробуємо відповісти на питання: «що з себе представляє соціальне підприємство»? З цією метою ми наведемо приклад кількох стандартних тез, якими описуються соціальні підприємства.

Яскравим прикладом буде Коаліція соціальних підприємств з Великобританії (The Social Enterprise Coalition, на сьогодні – Social Enterprise UK) – Національна громадська неприбуткова організація, що була сформована для підтримки спільної діяльності організацій і підприємств «третього сектору» і є представником соціального підприємництва в сфері державного управління [9]. Коаліція соціальних підприємств активно поширює відомості про благодійну діяльність соціальних підприємств, про досвід їх діяльності і сприяє створенню умов для їх подальшого розвитку на основі взаємної підтримки. З цією метою Коаліція соціальних підприємств тісно взаємодіє з урядовими організаціями різних рівнів, з кредитно-фінансовими інститутами та громадськими організаціями, організовує проведення семінарів, публікує інформаційні та навчальні матеріали з соціального підприємництва, поширює відомості про реалізацію найбільш ефективних проєктів соціальних підприємств.

Отже, Коаліція соціальних підприємств визначає соціальне підприємство таким чином: «Це прибуткове підприємство соціального значення».

При цьому Коаліція дає ряд загальних характеристик соціального підприємства:

- орієнтація підприємства (безпосередньо залучені у виробництво товари і послуги для ринку);

- соціальні цілі (мають чіткі соціальні та/або екологічні цілі, виражені у створенні робочих місць, навчанні або наданні соціальних послуг; етичні цінності можуть включати підвищення кваліфікації місцевих громад; їх прибуток переважно реінвестується для досягнення соціальних цілей);

- суспільна власність (характеризуються суспільною власністю; є автономними організаціями, чия структура управління і власності зазвичай заснована на участі груп стейкхолдерів, а саме – персоналу, споживачів, представників місцевого співтовариства, інвесторів або піклувальників і директорів, які виступають від імені більш широкого кола стейкхолдерів та є підзвітними своїм стейкхолдерам і ширшій спільноті за соціальні, економічні та екологічні результати діяльності підприємства; прибуток може бути розподілений на частковій основі або інвестований в інтересах місцевої громади) [9].

Доречно зазначити, що, зокрема, у Великій Британії найбільш поширеними організаційно-правовими формами соціального підприємництва є:

- компанії з обмеженою відповідальністю;
- благодійні організації (Charitable Incorporated Organisations або CIO – нова правова структура для благодійних організацій);
- кооперативи;
- промислові товариства;
- суспільно корисні компанії (Community Interest Companies або CIC);

- приватні підприємці або ділові партнерства [10].

Правовою формою, створеною спеціально для соціальних підприємців Великої Британії, є Community Interest Companies. Загальна кількість зареєстрованих CIC-компаній в 2021 р. склала близько 10 000 [7]. CIC являється особливим типом соціальних компаній, які існують в інтересах спільноти, а не приватних акціонерів, і вирішують широкий спектр соціальних та екологічних проблем, здійснюючи діяльність у всіх галузях економіки.

CIC-компанії можуть бути створені в одній з трьох форм:

- приватна компанія, обмежена гарантіями (не для отримання прибутку);
- компанія, обмежена акціями;
- публічна компанія з обмеженою відповідальністю [10].

Продовжуючи дослідження терміну «соціальне підприємство» звернемося до відомої американської вченої К. Альтер, що пропонує наступне робоче визначення соціального підприємства: «Соціальним підприємством є будь-яке бізнес-підприємство, створене в соціальних цілях і для створення соціальної цінності, покликане пом'якшити або зменшити соціальну проблему або «провали» ринку, що функціонує на основі фінансової дисципліни, інновацій та порядку ведення бізнесу, встановленого в приватному секторі» [1].

У широкому розумінні «соціальний підприємець» – це індивід, а «соціальне підприємство» – організація. Таким чином «соціальне підприємство» є інституційним вираженням поняття «соціальний підприємець».

Стосовно соціального підприємництва потрібно відзначити, насамперед, «гібридні» підприємства, основною метою функціонування яких є отримання прибутку, який вони реалізують для подальшого ведення неприбуткової діяльності. І саме з цієї причини вони викликають певну плутанину серед вчених, які займаються дослідженням сутності та різновидів соціального підприємництва. Критерії за якими здійснюється характеристика та поділ різних типів соціальних підприємств наведено в табл. 1, причому потрібно оцінювати їх, як певне введення в структуру видів соціальних підприємств.

Всі гібридні організації створюють одночасно соціальну та економічну цінність (благо). У середині цієї групи також можна провести розмежування у типології за такими характеристиками, як мотив, відповідальність і використання доходу (табл. 2).

Як можна помітити з табл. 2, серед гібридних організацій присутні дві групи, які що розрізняються в залежності від призначення: для правої частини таблиці це – прибуток, для лівої – соціальний вплив. З урахуванням цієї обставини дві групи організацій по-різному реалізують власні стратегії

Таблиця 1

Загальна типологія організацій соціально-підприємницького спрямування

	Організації, що засновані на суцільній філантропії	Організації гібридного характеру	Організації, що засновані на суцільній комерції
Мотиви	Добра воля	Змішані	Особиста вигода
Методи	Визначаються місією	Визначаються співвідношенням місії і ринку	Визначаються ринком
Цілі	Створення соціальної цінності	Створення соціальної та економічної цінності	Створення економічної цінності
Призначення прибутку/прибуток	Спрямований безпосередньо на реалізацію місії неприбуткової організації (визначається законодавством або політикою організації)	Реінвестується на реалізацію місії, або на операційні витрати і /або утримується для розширення і розвитку бізнесу (може частково перерозподілятися між стейкхолдерами)	Розподіляється між акціонерами та власниками

Джерело: складено автором на основі [4]

Таблиця 2

Типологія соціальних підприємств гібридного характеру

Традиційні неприбуткові організації	Неприбуткові організації, що здійснюють прибуткову діяльність	Чисті соціальні підприємства	Соціально-відповідальний бізнес	Організації, що практикують соціальну відповідальність	Традиційні прибуткові організації
МЕТА ФУНКЦІОНУВАННЯ					
Створення соціальної цінності			Створення економічної цінності		
СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ					
– Мотивація, визначена місією; – Відповідальність перед стейкхолдерами; – Реінвестування доходу в соціальні програми або операційні витрати			– Мотивація на одержання прибутку; – Відповідальність перед акціонерами; – Прибуток перерозподіляється між акціонерами		
РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ СТІЙКОСТІ					
Прибуткові методи підтримки соціальних програм			Ринкова стійкість забезпечується соціальними інвестиціями		

Джерело: складено автором на основі [6]

стійкості. Неприбуткові організації утворюються з метою створення соціального блага, проте вони не можуть досягти фінансової стійкості без використання фінансових ресурсів ззовні (отриманих з боку, або відтворюваних власними силами). У свою чергу, прибуткові організації утворюються з метою створення економічних благ, але повинні також здійснювати соціальні внески для забезпечення ринкової стійкості.

Найперші спроби дослідження даної теми, мали в розпорядженні таку характеристику як «одержання прибутку», що використовувалося для відокремлення соціального підприємництва від економічного підприємництва. На даний момент, більшість вчених не практикують подібне буквально розуміння питання. Деякі вчені також вважають, що подібний поділ не є вірним. Таким чином, навіть беручи до уваги етичну спрямованість в мотивації соціального підприємництва як такого, його цілі можуть мати під собою певну частину вигоди. Однак, незважаючи на це, в ході здійснення власних егоїстичних цілей стосовно свого

заробітку, даний вид підприємництва все одно паралельно покращує соціальне благополуччя за допомогою формування нових ринків, додаткових підприємств, технологій, інституційних форм, робочих місць тощо.

В рамках соціального підприємництва дуже близько одна до одної йдуть соціальна та економічна цінність. Доказом цього служить концепція Д. Емерсона про «змішану цінність». Вона стала відома через активну бізнес-діяльність у здійсненні соціально відповідальної поведінки. Відповідно до неї, благо як явище, має три елементи – економічну, соціальну та екологічну цінність [8].

Для продовження дослідження нам необхідно також позначити головні відмінності соціальних підприємств, від підприємств, які займаються дохідною діяльністю, але являються неприбутковими.

Неприбуткова організація може інкорпорувати окремі форми прибуткової діяльності в свою роботу, не перетворюючись в соціальне підприємство, і не створюючи його «при собі». Можна виділити в цьому сенсі дві її форми: відшкоду-

вання витрат і одержання прибутку. У першому випадку неприбуткова організація може прийняти рішення покривати частково або повністю витрати, пов'язані з її неприбутковою діяльністю – в разовому або час від часу у поновлюваному режимі. Зазвичай, це оплата участі в заходах, реєстраційний внесок на конференції, плата за навчання або за будь-які інші послуги. Система покриття витрат завжди пов'язана з конкретною програмою, і по її завершенні діяльність з відшкодування витрат припиняється.

Режим одержання прибутку передбачає систематичну діяльність з отримання організацією доходу, який може бути, а може і не бути пов'язаним з її основною місією. До «прибутків» такого роду належать членські внески, продаж публікацій або продукції, надання консультаційних послуг тощо. В принципі, ця діяльність може вирости в соціальне підприємство (при наявності інноваційного проєкту, що пропонує вирішення соціальних проблем, бізнес-плану і готовності здійснювати відповідну діяльність в режимі бізнес-підприємства), але саме по собі це є необов'язковим. Таким чином, соціальне підприємство використовує підприємницький, інноваційний та ринковий підходи для створення соціальної цінності та зміни. При цьому відзначається поєднання наступних характеристик:

- соціальний результат (забезпечує соціальний вплив або зміну за рахунок вирішення конкретної соціальної проблеми, або усунення «провалу» ринку);
- підприємницький підхід (використовує бізнес – механізми-інновації, стратегічний менеджмент, маркетинг, дисципліну та організацію, властиві прибутковому бізнесу);
- суспільна власність – може виражатися в суспільному характері виробленого продукту (послуги), громадському управлінні, але може і не бути юридично вираженою [5].

Розмежування за типом власності також може виконувати диференціюючу роль для класифікації соціальних підприємств. Для соціальних підприємств, організованих на базі неприбуткових організацій, часто поширена суспільна власність, яка має свої обмеження. Вона не може ні керувати легальною структурою підприємства, ні слугувати її результатом. У багатьох країнах неприбуткові організації розглядаються як суспільний товар або суспільна власність, тим самим ставиться під питання їх юридичний статус власності на активи, ділову репутацію, бренд тощо. Подібно до традиційних неприбуткових організацій, суспільний характер структури власності означає, що управлінська рада визначає стратегію і здійснює фінансовий нагляд. При цьому питання власності неприбуткових організацій перетворюється на юридичну про-

блему, якщо власник соціального підприємства захоче його продати, або закрити з ліквідацією активів.

На противагу суспільній, приватна власність на соціальне підприємство дає переваги справедливого фінансування, прозорість власності на активи, їх оцінку, а також на свободу продажу. При цьому можлива ймовірність конфлікту між мотивацією на створення прибутку і соціальною місією. Крім того, прибуткові організації мають більш жорстку фінансову залежність і податкові зобов'язання, що обмежує характер і призначення підприємства, вимагає від нього більшої продуктивності, ніж задоволення соціальних потреб.

Результат діяльності соціального підприємства може полягати в забезпеченні додаткового механізму фінансування (соціальних програм організації, або покриття операційних витрат), а може слугувати стійким системним механізмом забезпечення соціальної місії. Таким чином, призначення соціального підприємства може збігатися з соціальною місією організації, бути з нею побічно пов'язаним, або нейтральним. Це по-різному відбивається на ступені інтеграції соціальної та економічної програми підприємства (рис. 1).

Залежно від ступеню інтеграції соціальної програми і бізнес-активності можна виділити наступні типи соціальних підприємств:

- вбудовані, коли бізнес-діяльність організована спеціально і безпосередньо для реалізації соціальної програми неприбуткової організації;
- інтегровані, коли бізнес-діяльність лише частково покриває діяльність неприбуткової організації в рамках її соціальної програми і організовується не стільки для здійснення місії, скільки як механізм фінансової підтримки соціальної програми неприбуткової організації;
- екстерналізовані, коли бізнес-діяльність не пов'язана з соціальними програмами і місією організації [2].

У першому випадку діяльність соціального підприємства вбудована в операційну і програмну діяльність неприбуткової організації, яка виявляється в результаті самоокупною і стійкою. Такі соціальні підприємства, як правило, реєструються як неприбуткові, щоб уникнути ухилення від соціального курсу, хоча, залежно від законодавства, можуть відноситись і до прибуткових. При цьому цільові соціальні групи населення (клієнти) інтегровані в модель як одержувачі соціальних послуг неприбуткової організації, те ж саме стосується споживачів, працівників і клієнтів соціального підприємства.

Цей тип інтеграції цікавий тим, що народжує найбільшу різноманітність моделей соціальних підприємств, зокрема:

- модель підприємницької підтримки;

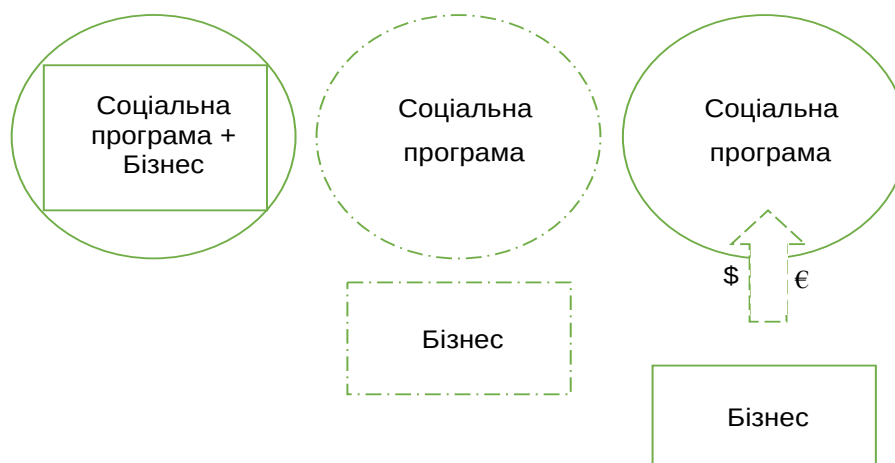


Рис. 1. Ступінь інтеграції соціальної програми та бізнес-процесів у соціальному підприємстві

Джерело: складено автором на основі [1]

- модель ринкового посередництва (сприяння включенню в ринок);
- модель зайнятості;
- модель плати за послуги;
- модель ринку для низькодохідних клієнтів;
- кооперативна модель;
- модель ринкового зчеплення [3].

У другому випадку соціальні підприємства сприяють розширенню, або посиленню можливості неприбуткових організацій здійснювати свою місію. Це може відбуватися через комерціалізацію послуг таких організацій, які просуваються на широкий ринок, або через пропозицію додаткових (платних) послуг для сформованого кола клієнтів. Інтегровані соціальні підприємства приводять в дію матеріальні та нематеріальні активи – такі, як експертиза, програмна методологія, зв'язки, інфраструктура – в якості бази для розвитку бізнесу. Для цього варіанту інтеграції є характерними: модель субсидування соціальних послуг і модель ринкового зчеплення.

У третьому випадку діяльність соціального підприємства є відокремленою від діяльності неприбуткової організації, хоча воно і здійснює фінансову підтримку її соціальних програм. Екстерналізовані соціальні підприємства позбавлені можливостей використання ефекту синергії, який різною мірою живить діяльність у перших двох варіантах. Матеріальні і нематеріальні активи неприбуткової організації не можуть бути використані соціальним підприємством в силу відмінностей в характері і сферах діяльності обох організацій. Тому його основне завдання – бути прибутковим. Для цього варіанту інтеграції характерна модель організаційної підтримки.

Наведені моделі, що ілюструють варіанти реалізації різних типів інтеграції, відносяться в основному до так званої «операційної» класифікації

соціальних підприємств. У той же час існують і інші підходи до відповідної класифікації. Крім названих прикладів типологізації операційних моделей, можна навести й інші. Зокрема, залежно від: різних критеріїв розмежування організаційної структури – юридичної структури і структури власності; співвідношення ризиків і вигоди; галузевої програмної стратегії; секторальної програмної стратегії (сегменти ринку, місцеве співтовариство, економічний розвиток тощо); розвитку місії; фінансової стратегії.

Висновки. До загальних типів організацій соціально-підприємницького спрямування можна віднести: організації, що засновані на суцільній філантропії; організації гібридного характеру; організації, що засновані на суцільній комерції. Соціальні підприємства гібридного характеру, в свою чергу можливо типологізувати наступним чином: традиційні неприбуткові організації; неприбуткові організації, що здійснюють прибуткову діяльність; чисті соціальні підприємства; соціально-відповідальний бізнес; організації, що практикують соціальну відповідальність; традиційні прибуткові організації. Залежно від ступеню інтеграції соціальної програми і бізнес-активності можна виділити наступні типи соціальних підприємств: вбудовані, коли бізнес-діяльність організована спеціально і безпосередньо для реалізації соціальної програми неприбуткової організації; інтегровані, коли бізнес-діяльність лише частково покриває діяльність неприбуткової організації в рамках її соціальної програми і організовується не стільки для здійснення місії, скільки як механізм фінансової підтримки соціальної програми неприбуткової організації; екстерналізовані, коли бізнес-діяльність не пов'язана з соціальними програмами і місією організації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Alter S. K. (2007). Social Enterprise Typology. URL: www.virtueventures.com/setypology.pdf.
2. Dey R. Can Social Enterprise Ever Be Big Enough to Change the World? URL: https://www.huffingtonpost.co.uk/rajeeb-dey/social-enterprise_b_9505608.html.
3. Innovation & entrepreneurship – Social Innovation Academy. URL: https://socialinnovationacademy.org/?gclid=EAlaIQobChMIksT_uJnj9gIVkKI3Ch08Rw2UEAAYBCAAEgJsh_D_BwE.
4. Foote W. Let's Stop Calling Everything 'Social Entrepreneurship' URL: <https://www.forbes.com/sites/willyfoote/2015/12/17/lets-stop-calling-everything-social-entrepreneurship/?sh=34033fe0933b>.
5. Green D. Why Social Entrepreneurship Has Become a Distraction: It's Mainstream Capitalism That Needs to Change. URL: <https://oxfamblogs.org/fp2p/why-social-entrepreneurship-has-become-a-distraction-its-mainstream-capitalism-that-needs-to-change>.
6. Milway K. S. How Social Entrepreneurs Can Have the Most Impact URL: <https://hbr.org/2014/05/how-social-entrepreneurs-can-have-the-most-impact>.
7. Report: Social enterprise in the UK. British Council. URL: <https://www.britishcouncil.org/society/social-enterprise/news-events/news-social-enterprise-in-the-uk>.
8. Rodriguez K. Why Social Entrepreneurs Are Taking The Lead. URL: <https://execed.economist.com/career-advice/industry-trends/why-social-entrepreneurs-are-taking-lead>.
9. Social Enterprise UK. URL: <https://www.social-enterprise.org.uk>.
10. Social Entrepreneurship Report – The Unlonely Planet 2022 URL: https://www.ashoka.org/en-us/unlonely-planet-2022?gclid=EAlaIQobChMIksT_uJnj9gIVkKI3Ch08Rw2UEAAYAiAAEgJydfD_BwE.

REFERENCES:

1. Alter S. K. 2007. Social Enterprise Typology. URL: www.virtueventures.com/setypology.pdf.
2. Dey R. Can Social Enterprise Ever Be Big Enough to Change the World? URL: https://www.huffingtonpost.co.uk/rajeeb-dey/social-enterprise_b_9505608.html.
3. Innovation & entrepreneurship – Social Innovation Academy. URL: https://socialinnovationacademy.org/?gclid=EAlaIQobChMIksT_uJnj9gIVkKI3Ch08Rw2UEAAYBCAAEgJsh_D_BwE.
4. Foote W. Let's Stop Calling Everything 'Social Entrepreneurship' URL: <https://www.forbes.com/sites/willyfoote/2015/12/17/lets-stop-calling-everything-social-entrepreneurship/?sh=34033fe0933b>.
5. Green D. Why Social Entrepreneurship Has Become a Distraction: It's Mainstream Capitalism That Needs to Change. URL: <https://oxfamblogs.org/fp2p/why-social-entrepreneurship-has-become-a-distraction-its-mainstream-capitalism-that-needs-to-change>.
6. Milway K. S. How Social Entrepreneurs Can Have the Most Impact URL: <https://hbr.org/2014/05/how-social-entrepreneurs-can-have-the-most-impact>.
7. Report: Social enterprise in the UK. British Council. URL: <https://www.britishcouncil.org/society/social-enterprise/news-events/news-social-enterprise-in-the-uk>.
8. Rodriguez K. Why Social Entrepreneurs Are Taking the Lead. URL: <https://execed.economist.com/career-advice/industry-trends/why-social-entrepreneurs-are-taking-lead>.
9. Social Enterprise UK. URL: <https://www.social-enterprise.org.uk>.
10. Social Entrepreneurship Report – The Unlonely Planet 2022 URL: https://www.ashoka.org/en-us/unlonely-planet-2022?gclid=EAlaIQobChMIksT_uJnj9gIVkKI3Ch08Rw2UEAAYAiAAEgJydfD_BwE.