

Нагорна Н.С.

Національний університет «Чернігівська політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТІЙНОГО КОНТУРУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ВІТЧИЗНЯНІЙ ТА ЗАРУБІЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

У статті аналізуються особливості дослідження сутності поняття «соціальне підприємництво». Спираючись на результати вітчизняних та зарубіжних наукових пошуків, автор вказує, що специфіка такого пошуку визначається: дослідженням родових понять (підприємництво, бізнес), науковими школами з соціального підприємництва (соціальних інновацій, отриманого доходу, EMES), розвитком феномену під впливом держави, кооперативів та недержавних організацій (американська, європейська та англійська моделі), національними уявленнями про змістовне наповнення, внеском практиків-соціальних підприємців. В контексті соціально-психологічних досліджень, автором робиться акцент на співвіднесення соціального підприємництва як феномену з суб'єктом підприємництва, його особистісними характеристиками та ролями, вказується на важливість розвитку не лише необхідних економіко-психологічних характеристик, а також розвинутого почуття обов'язку, міцну громадянську позицію, моральність. Також характеризуються сфери та напрямки застосування соціального підприємництва, як в Україні, так і закордоном. Робиться узагальнення щодо переважного звернення науковців у наявних дослідженнях до позицій системного підходу, концепції сталого розвитку суспільства, міжсекторального підходу до вивчення соціального підприємництва, що вказує на високий рівень досліджень за економічним та управлінським вектором, у порівнянні з освітнім, соціальним, соціально-психологічним. Соціальне підприємництво визначається як соціальний феномен, що, використовуючи бізнес-підходи, сприяє соціальним змінам на рівні громади шляхом залучення до взаємодії ключових партнерів. Окреслюються потенційні можливості наукових розвідок щодо розвитку феномену соціального підприємництва крізь призму таких наукових підходів: системний / екосистемний, міждисциплінарний, стейкхолдерський, партисипативний.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальний підприємець, системний підхід, екосистемний підхід, стейкхолдерський підхід, партисипативний підхід.

Постановка проблеми. Дослідженням сутності та змістовного наповнення поняття «соціальне підприємництво» (СП) займаються вже не одне десятиліття, як науковці, так і практики, громадські діячі, журналісти та політики. Завдяки розповсюдженню концепту соціального підприємництва по різним куточкам світу, нині ми маємо можливість аналізувати не лише досягнення регіональних наукових шкіл (американська, європейська), а й систематизувати досвід реальних практик у Європі, Азії, Америці, Африці. Проте наявні напрацювання характеризуються векторністю поглядів науковців щодо суті та ознак досліджуваного феномену, національними особливостями та постійним порівнянням соціального підприємництва з класичним бізнесом. Відтак, на нашу думку, доцільним видається аналіз наявних дефініцій поняття «соціальне підприємництво», його ознак та специфіки.

Аналіз останніх публікацій. Тривалий час розглядом питань соціального підприємництва

займалися лише західноєвропейські та американські дослідники такі як: Морт, Варавердена, Карнегі (2002); Сандал (2004) та інші. Аналіз публікацій показує, що при розгляді соціального підприємництва цими науковцями акцент робиться на порівняння з родовими поняттями. Наразі вектор досліджень соціального підприємництва в іноземних джерелах спрямовано до питань особистості соціального підприємця (Г. Діз, А. Передо та М. Маклін) та команди, з якою він працює (П. Лайт), а також яку користь має розвиток соціального підприємництва для громади та суспільства (Ф. Спреклі).

На вітчизняному просторі проблема соціального підприємництва досліджується не так давно. Однак, наявні напрацювання дозволили поширити ідею соціального підприємництва (В. Сміль, В.Кокуть), заручитися підтримкою громадського та бізнес секторів (В. Назарук) та започаткувати курс шкільного соціального підприємництва як факультативу в закладах середньої освіти (А. Корнецький).

Проте, напрацювань у сфері соціально-психологічної науки на вітчизняних теренах вкрай мало. Наявні дослідження психологічного портрету соціального підприємця (О. Чуйко, В. Шкуро), особливостей формування підприємницького способу мислення (О. Бойко), розвитку підприємницької активності персоналу організацій (Л. Карамушка, О. Креденцер). Отже, наразі відсутні комплексні напрацювання, що являтимуть соціально-психологічний базис для розробки системи механізмів розвитку соціального підприємства в сучасному українському суспільстві.

Відтак, **метою статті** є висвітлення результатів дослідження понятійного контуру соціального підприємництва у вітчизняній та зарубіжній літературі.

Виклад основного матеріалу. Зважаючи на наявний багаж напрацювань щодо змістовного наповнення поняття «соціальне підприємство», то наше дослідження буде побудоване за такою логікою: аналіз дефініцій іноземними та вітчизняними авторами, опис наукових уявлень щодо його рис та функцій, характеристика можливих векторів наукових підходів щодо розвитку соціального підприємства як феномену та суспільної практики.

Аналіз сутності поняття «соціальне підприємство» часто науковці [Бергер; німці; Морт; Варавардена і Карнегі та ін] розпочинають з дослідження та порівняльної характеристики родових дефініцій «підприємство», «підприємець». Подібні занурення дозволяють враховувати ідеї науковців та мислителів попередніх періодів про природу і особливості підприємства як феномену: Шумпетера [22; 24], Кантіліона [15; 20; 21], Друкера [15].

На думку команди вітчизняних науковців [10, с. 12] теоретичним підґрунтям для наукових пошуків щодо сутності соціального підприємства є концепція Дж. Емерсона «комбінованої цінності» у діяльності організацій, що уможлиблюється завдяки «взаємодоповнюючому ефекту економічної та соціальної складових». Аналіз ключових положень означеної концепції дозволив авторам віднайти підходи до розуміння феномену соціального підприємства (широкий, комбінований, інноваційний та проблемно-орієнтований). Відтак, зважаючи на наявність різних підходів до трактування суті соціального підприємства, а також на загальну для всіх векторів пріоритетність реалізації соціальної місії, автори формують власне визначення СП як систематичної, в тому числі інноваційної господарської

діяльності, яка передбачає вирішення соціальної проблеми [10, с. 15].

До висновку про інноваційність господарської діяльності, як суті соціального підприємства, приходять також у своєму дисертаційному дослідженні О. Кацьора [5]. Автор описує мету діяльності СП у вигляді отримання прибутку, що спрямовується на вирішення/пом'якшення соціальної проблеми і досягнення позитивних змін у суспільстві. Означене трактування, на нашу думку, зачіпає питання інновацій та питання змін.

Аспект змін у суспільстві, суспільному поступі є базисом діяльності практиків соціального підприємства. Однією з найвідоміших є фундація Ашока (Ashoka) [13], що об'єднує починання та сприяє розвитку соціального підприємства у більше ніж 90 країнах світу. Своє розуміння поняття соціальне підприємство вони пояснюють крізь особистість агента змін. Відтак, актуальність ефекту тих соціальних змін, на які націлене СП, не зникла, а навпаки постійно укорінюється, посилюється саме практичним досвідом. А соціальні зміни уможлиблюються завдяки тим нововведенням, до яких спонукають лідери соціального підприємства в конкретних громадах.

Якраз напрямок «соціальних інновацій» є одним з трьох, що сформовані наразі у світі для окреслення наукових шкіл з соціального підприємства [11, с. 20]. За цим напрямком соціальне підприємство має обов'язково привносити нові ідеї, рішення та дії у соціальний поступ, в т.ч. шляхом здійснення соціальних перетворень. Окремі науковці, які розділяють даний підхід, роблять акцент у дослідженнях на новаторській діяльності такого соціального підприємця, відкидаючи можливість подібності ідей або франшизінг моделі діяльності [24]. Проте А. Передо та М. Маклін [23] більше зважають на соціальну значущість соціального підприємства, новації у забезпеченні соціальних потреб, за якої отримання прибутку відводиться на другий план.

Розробники другого напрямку, отриманого доходу, більше зосереджуються на самодостатності бізнесу, отриманні прибутку через підприємницьку діяльність, що потім буде використаний на досягнення соціальної місії.

Третій напрямок розробляють представники Європейської дослідницької мережі (EMES). Автори у своїх працях [18] щодо діяльності соціальних підприємств Європи, більше зважають на належність соціального підприємства до громадського сектору, а тому акцент робиться на залученість засновників та інших

стейкхолдерів до реалізації чітких соціальних цілей в інтересах громади.

Досвід соціального підприємництва, як в Україні, так і закордоном, вказує, що на практиці відбувається синтез тих чи інших характеристик, описаних у напрямках вище. Саме тому, науковці [10; 11] часто визначають соціальне підприємництво як гібридну похідну бізнесу та громадського сектору. Так, вітчизняна дослідниця В. Кифяк [6], визначаючи суть соціального підприємництва, вказує на комплексність даної категорії, що зумовлено революційністю бізнесу, де господарська діяльність зазнала значних змін, що у свою чергу, вплинуло на функціонування, як прибуткових, так і не прибуткових організацій.

Якраз аспект залучення до соціального підприємництва прибуткових та неприбуткових організацій добре проаналізований з точки зору регіональних особливостей розвитку підприємництва у різних частинах світу. Саме тому, науковці [9; 10; 11] виокремлюють: американський, європейський, а подекуди, і англійський підходи до розуміння СП.

Ретроспективний аналіз суспільних явищ і процесів, що відбувались у США, свідчить про значний розвиток громадського руху в різних організаційних його проявах. Саме діяльність різних об'єднань громадян, які реалізовували окремі соціальні ініціативи, акції та проекти, із запровадженням реформи фінансування надання соціальних послуг, була вимушена шукати нові джерела та способи до виживання. Відтак, неприбуткові організації починають заробляти кошти на реалізацію своїх соціальних місій та операційну діяльність, що і стало поштовхом до соціального підприємництва.

Досвід європейських країн вказує на розвиток соціального підприємництва через діяльність кооперативних організацій, що так чи інакше намагались підтримати нужденні групи населення. Пошук стабільного доходу на ряду із виконанням соціальних зобов'язань вилився у соціальне підприємництво.

Щодо історичних витоків соціального підприємництва на теренах Великобританії, що тут воно також походить від корпоративних організацій. Однак, через низку реформувальних змін увібрало риси комерційного підприємства, що створює суспільне багатство [за 12].

По при існування різного історичного підґрунтя, а також національні особливості реалізації, соціальне підприємництво покликане привносити соціальні зміни у життя людей, котрі залучаються до процесу його розвитку.

Специфікою національного сприйняття і трактування пояснюють результати свого дослідження Н. Кегерман, Я. Кратцер, К. Осбелт [15]. За допомогою методу Делфі (дистанційне оцінювання думки експертів) на основі аналізу дефініцій поняття СП, що наведені у науковій літературі, у кілька етапів були визначені десять найважливіших, на думку респондентів, та десять найменш вагомих атрибутивних ознак соціального підприємництва. Не зупиняючись на досягнутому, автори, за допомогою факторного аналізу, визначають п'ять вагових факторів, що мають спільний для всіх п'яти соціальний контекст. Фактор А «суспільно-візіонерський» містить такі атрибутивні ознаки, як: суспільні зміни, суспільні цінності, взаємодія, права людини, візії, нові структури та майбутні можливості. Фактор В «економічний» складають такі атрибутивні ознаки: екологічні зміни та покращення. Назва третього фактору С «суспільно-підприємницький» і він включає соціальний вплив, зміни та покращення, бізнес моделі та стартапами. Фактор Д дослідники назвали як «економічний», що містить підприємства, ресурси, економічну сталість, продукт, послуга та засоби виробництва. До фактору Е під назвою «інноваційно-підприємницький» увійшли такі ознаки: інноваційні методи, креативність / творчість, систематичні зміни, залучення стейкхолдерів та засобів. Кореляційний аналіз даних факторів дав можливість встановити зв'язки між ними. Відтак, по при відносно рівні показники кореляції між чотирма, «екологічний», за результатами дослідження [15], має найнижчі зв'язки з іншими. На думку науковців, подібний результат пояснюється розмежуванням соціального підприємництва та екологічних проблем, що характерне для німецького суспільства.

Взагалі, аналіз сутності соціального підприємництва через його ознаки, окремі характеристики, це розповсюджена практика серед науковців [9; 17; 3 та ін.]. Так, досліджуючи соціальне підприємництво як навчальну дисципліну, науку та практичну діяльність, Г.Діз [17] виділив ключові його ознаки: ухвалення місії, що має соціальну (а не лише приватну) цінність; визнання і неупинний пошук нових можливостей для служіння цієї місії; участь у неперервному процесі інновацій, адаптації та навчання; сміливі дії, які не обмежуються ресурсами, наявними на цей момент; демонстрація підвищеного почуття відповідальності перед цільовою аудиторією та готовність звітувати про досягнуті результати [10].

У доповнення до перерахованих ознак соціального підприємництва, з економічної точки зору, В. Кифяк [6] виділяє ще такі: відповідність ідеям сталого розвитку; розвиток концепту підприємництва за системним підходом; взаємопов'язаність із соціальною відповідальністю бізнесу; стимулювання формування інноваційних підходів у технічній, організаційній і комерційних сферах діяльності; синергетичний ефект діяльності – створення позитивної репутації та отримання додаткових як економічних, так і інших вигод; покращення механізмів ведення підприємницької діяльності в усіх сферах: плануванні, фінансуванні, маркетингу та виробництві продукції.

На основі аналізу практики соціального підприємництва в Україні, Горішна [3] виділяє такі його ознаки: рентабельність бізнесу, чітко визначені соціальні цілі, реінвестиції прибутків у розширення діяльності та/ або їх спрямування на досягнення соціальних цілей, демократичне управління, конкурентоспроможність на відкритому ринку, колективна форма власності.

Отже, наведені думки науковців щодо ознак соціального підприємництва також є різновекторними та характеризують здебільшого або економічну, або соціальну сторону одного явища.

Цікавим для психологічної науки, на нашу думку, є ракурс дослідження ознак соціального підприємництва через характеристику інтенцій особистості-соціального підприємця. Результати дослідження проведеного А. Передо та М. Маклін [23] вказують, що соціальне підприємство здійснюється там, де особа: націлена на створення соціальної цінності; продемонструвала здатність розпізнати та скористатися можливостями для створення такої цінності; застосувала інновації у створенні соціальної цінності; готова прийняти ступінь ризику вище середнього в створенні соціальної цінності; та є надзвичайно винахідливою в умовах відносного дефіциту активів у здійсненні своєї соціальної діяльності.

Вітчизняна дослідниця А. Бергер [1] також на основі аналізу дефініцій понять «соціальне підприємство» та «соціальний підприємець» виводить характеристики-ролі, що є притаманними особистості, яка займається соціальним підприємством. Серед таких характеристик: наполегливий керівник місії; емоційно заряджений творець соціальної цінності; високо відповідальний, відданий та соціально насторожений агент; лідер думки; менеджер і керівник; новатор, учасник ініціативи, що попереджає про можливість; прозорливий агент змін.

Отже, соціальне підприємництво, як феномен, може впливати на особистість, котра увірвала ряд не лише важливих економіко-психологічних характеристик, а також має розвинуте почуття обов'язку, міцну громадянську позицію, моральність.

Достатньо важливим, на нашу думку, є окреслення сфер та напрямів, у яких реалізується соціальне підприємництво. Так, у доповіді Європейської комісії, присвяченій секторам соціальної економіки [19] виділено такі напрями, що характерні для соціального підприємництва в країнах Європи: *робоча інтеграція* через навчання та інтеграція людей з інвалідністю та безробітних; *надання соціальних послуг* пов'язаних із здоров'ям, добробутом і медична допомогою, професійним навчанням, освітою, медичними послугами, послугами з догляду за дітьми, послугами для людей похилого віку або допомогою малозабезпеченим людям; *місцевий розвиток територій*, що знаходяться в неблагополучних районах – соціальні підприємства у віддалених сільських районах, схеми розвитку/реабілітації мікрорайонів у міських районах, допомога в розвитку та співпраця з третіми країнами; *інше*, включаючи переробку сільськогосподарської продукції, захист навколишнього середовища, спорт, мистецтво, культуру та історичне збереження, науку, дослідження та інновації, захист прав споживачів та любителів спорту [6].

На основі аналізу зарубіжного досвіду соціального підприємництва, С. Гончарова, І. Буряк та А. Гончаров [2] виокремили такі сфери діяльності СП: соціальні послуги (догляд за людьми, дошкільна освіта дітей, створення спортивних організацій для молоді, побутові послуги, надання послуг малозабезпеченим сім'ям); ініціативи в області соціально-професійної реінтеграції (спрямовані на перенавчання та/або здобуття нової робочої спеціальності, створення робочих місць для людей з інвалідністю); реабілітація людей, які потрапили у складні життєві ситуації; місцевий розвиток (агротуризм, вирішення екологічних проблем на місцевому рівні); сільськогосподарський розвиток; фінансові послуги (надання послуг у мікрокредитуванні); юридичні послуги (надання послуг у консультуванні та юридичному супроводі соціально незахищеної верстви населення); медичні послуги (надання якісних медичних послуг із використанням інноваційного підходу для соціально незахищених та асоціальних верств населення).

Отже, означені сфери та напрямки реалізації соціального підприємництва вказують на широ-

кий вектор застосування досліджуваного феномену у практиці соціального впливу. Потенціал соціального підприємництва, на нашу думку, є недостатньо розкритим та потребує подальших напрацювань.

Здійснений нами аналіз дефініцій поняття «соціальне підприємництво», його ознак та напрямів реалізації дає підґрунтя для наступних узагальнень: 1. Соціальне підприємництво є багатаспектним, міждисциплінарним феноменом, що потребує детального дослідження, зважаючи на вітчизняний досвід; 2. По при звернення науковців до системного підходу, а також концепції сталого розвитку суспільства, у вивченні соціального підприємництва, вважаємо, що економічний та управлінський вектори є дослідженими краще, у порівнянні з освітнім, соціальним, соціально-психологічним; 3. Науковці доволі часто спираються на міжсекторальний підхід (бізнес, держава, третій сектор), що, на нашу думку, обмежує охоплення особливостей взаємодії і взаємовпливу означених та інших сфер економіки; 4. відтак, під соціальним підприємництвом ми розуміємо – соціальний феномен, що, використовуючи бізнес-підходи, сприяє соціальним змінам на рівні громади шляхом залучення до взаємодії ключових партнерів. 5. Розвиток даного феномену, на нашу думку, вбачається крізь призму таких наукових підходів: системний / екосистемний, міждисциплінарний, стейкхолдерський, партисипативний.

З позицій системного підходу, соціальне підприємництво є частиною суспільства як над системи, та взаємодіє з іншими її частинами або партнерами (бізнес, держава, громада, освіта). У той же час соціальне підприємництво є також складною системою зі своїми підсистемами: команда, соціальна місія, партнери, бізнес-модель та інше.

Щодо екосистемного підходу, то практики соціального підприємництва в Україні до екосистеми СП відносять: підприємців, бізнес-асоціації та корпорації, донорів, фонди, соціальних інвесторів, інкубатори, акселератори, ЗВО, організації, що надають посередницькі та дослідницькі послуги, органи влади, медіа та громаду. Однак, на нашу думку, важливим є не просто зачислення до цієї когорти тих чи інших партнерів, актуальним, в аспекті розвитку соціального підприємництва, є дослідження та подальша розбудова ефективної взаємодії між ними. Тому з позицій екосистемного підходу актуальним є аналіз характеру взаємовідносин між партнерами, а

також у команді соціального підприємства (згуртованість, довіра, соціально-психологічний клімат та інше).

Оскільки питання розвитку соціального підприємництва в Україні зачіпає різні сторони суспільного життя та залежить від розбудови конструктивних партнерських відносин між сферами освіти, бізнесу, держави та громади, то, на наш погляд, доречним є аналіз особливостей соціального підприємництва крізь призму міждисциплінарного підходу.

З позицій стейкхолдерського підходу, на нашу думку, цікаво буде розглянути ролі, особливості наявного та необхідного функціоналу інструментів впливу ключових інституцій (держава, громада, освіта, бізнес).

І нарешті партисипативний підхід, на наш погляд, видається найбільш влучним з позицій психологічної науки, оскільки науковий пошук може бути спрямований на дослідження спільної участі ключових стейкхолдерів розвитку соціального підприємництва (освіти, держави, бізнесу, громади), а також на особливості залучення та соціально-психологічного ефекту від реалізації соціального підприємництва щодо різних категорій клієнтів соціальної роботи.

Висновки. Проведений нами теоретичний аналіз вітчизняної та зарубіжної літератури дає підстави для наступних узагальнень:

Наявність значного масиву наукових доробок з тематики соціального підприємництва свідчить про одночасну актуальність даного феномену, його важливість у сучасному суспільному поступі, а також про складність, комплексність його дослідження з позицій лише однієї науки, сфери.

З огляду на результати нашої наукової розвідки, під соціальним підприємництвом розуміємо соціальний феномен, що, використовуючи бізнес-підходи, сприяє соціальним змінам на рівні громади шляхом залучення до взаємодії ключових партнерів.

Розвиток феномену соціального підприємництва, на нашу думку, вбачається крізь призму таких наукових підходів: системний / екосистемний, міждисциплінарний, стейкхолдерський, партисипативний.

Отримані результати, безумовно, не можуть претендувати на остаточні висновки. Поставлена проблема вимагає ґрунтовного вивчення, теоретико-праксеологічного аналізу щодо ролі соціального підприємництва у суспільному процесі на сучасному етапі, тенденцій його розвитку.

Список літератури:

1. Бергер, А.Д. Розвиток соціального підприємництва: теоретико-практичні підходи. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 3(69). С. 47–51. DOI: 10.32836/2521-666X/2020-69-8
2. Гончарова С.Ю., Буряк І.В., Гончаров А.Б. Соціальне підприємництво: сутність, ознаки та місце у діяльності сучасних домогосподарств. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2017. Випуск 27. Частина 2. С. 125–130.
3. Горішна Н.М. Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Педагогіка. Соціальна робота». 2016. Випуск 2(39). С. 58–61.
4. Добрава Н.В. Соціальне підприємництво. Економічні інновації. Одеса. 2015. Вип. 59. С. 112–117. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecinn_2015_59_15
5. Кацьора О.В. Формування соціального підприємництва в контексті соціальних проблем (на прикладі Закарпатської області): дис. ... канд. соціолог. наук: 22.00.04. Ужгород, 2021. 202 с.
6. Кифяк В.І., Малиш Л.Б. Соціальне підприємництво: проблеми та перспективи. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 275–280.
7. Ковалевська А.В., Нечипоренко Я.Є. Підприємництво на базі громади як особливий вид соціального підприємництва. Науковий журнал «Молодий вчений». 2019. № 7(71). С. 134–141.
8. Пилипенко Н.М., Карпець О.В. Теоретичні аспекти соціального підприємництва в сучасних умовах. Ефективна економіка. 2021. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2021/89.pdf
9. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво : посібник. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social_Entrepreneurship_-_Guide-WEB-1.pdf
10. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін : посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.С., Туманова А.А. К : ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с. URL: http://eef.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Book_sotsialne-pidpryyemnytstvo_pidruchnyk.pdf
11. Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу / за наук. ред. А.О. Корнецького. К. : Фамільна друкарня Huss, 2019. 160 с.
12. Фріп Спреклі Посібник з планування соціального підприємництва. Local Livelihoods, 2011. 68 с. URL: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf
13. Ashoka Foundation. URL: <https://www.ashoka.org/en-us>
14. Austin J., Stevenson H., Wei-Skillern J. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? 2012, R. Adm., São Paulo, v. 47, n. 3, p. 370–384. DOI: 10.5700/rausp1055, URL: <https://www.scielo.br/j/rausp/a/HM3r8D3Tfwm7WJZYFkNt5vz/?format=pdf&lang=en>
15. Cagarman K., Kratzer J., Osbelt K. Social Entrepreneurship: Dissection of a Phenomenon through a German Lens. Sustainability 2020, 12, 7764; doi:10.3390/su12187764, URL: https://www.researchgate.net/publication/345288479_Social_Entrepreneurship_Dissection_of_a_Phenomenon_through_a_German_Lens
16. Certo S.T., Miller T. Social entrepreneurship: Key issues and concepts Business Horizons (2008) 51, pp. 267–271 Doi:10.1016/j.bushor.2008.02.009, URL: https://www.academia.edu/5102265/Social_entrepreneurship_Key_issues_and_concepts
17. Dees J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). URL:https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deess_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf
18. Defourny J., Nyssens M. The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective. EMES Working Papers Series. 2012. № 12/03. 44 p.
19. European Commission. Sectors of the Social economy in the EU: Social enterprises. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/social-enterprises_en
20. Hebert, R.F.; Link, A.N. The Entrepreneur as Innovator. J. Technol. Transf. 2006, 31, 589–597. URL: <http://hdl.handle.net/10.1007/s10961-006-9060-5>
21. Long, W. The Meaning of Entrepreneurship. Am. J. Small Bus. 1983, 8, 47–59.
22. Mort G., Weerawardena J., Carnegie K. Social entrepreneurship: Towards conceptualisation. International journal of nonprofit and voluntary sector marketing. 8.1 (2003): pp. 76–88. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/nvsm.202>
23. Peredo A.M., Mclean M. Social Entrepreneurship: a critical review of the concept. 2006. Journal of World Business 41(1):56-65- URL:https://www.researchgate.net/publication/223369993_Social_Entrepreneurship_A_Critical_Review_of_the_Concept DOI:10.1016/j.jwb.2005.10.007
24. Sandal Jan-U. International Study Course in Social Entrepreneurship. URL: <https://janusandal.no/en/om/fil-dr-jan-u-sandal-institute>
25. WORLD YOUTH REPORT: Youth Social Entrepreneurship and the 2030 Agenda – URL: <https://www.un.org/development/desa/youth/wp-content/uploads/sites/21/2020/07/2020-World-Youth-Report-FULL-FINAL.pdf>

Nahorna N.S. RESEARCH OF THE CONCEPTUAL CONTOUR OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN DOMESTIC AND FOREIGN LITERATURE

The article analyses the features of the study of the essence of the “social entrepreneurship” concept. Based on the results of domestic and foreign research, the author points out that the specifics of such research is determined by: research of generic concepts (entrepreneurship, business), scientific schools of social entrepreneurship (social innovation, income, EMES), the development of the phenomenon under the influence of state, cooperatives and non-governmental organizations (American, European and English models), national ideas about the content, the contribution of social entrepreneurs. In the context of socio-psychological research, the author emphasizes the correlation of social entrepreneurship as a phenomenon with the subject of entrepreneurship, its personal characteristics and roles, points out the importance of developing not only the necessary economic and psychological characteristics, but also a strong sense of duty, strong civic position, morality. Areas and directions of application of social entrepreneurship, both in Ukraine and abroad, are also characterized. A generalization is made about the focus of scholars in existing research to the positions of a systematic approach, the concept of sustainable development of society, intersectoral approach to the study of social entrepreneurship, indicating a high level of research on economic and managerial vector, compared to educational, social, socio-psychological. Social entrepreneurship is defined as a social phenomenon that, using business approaches, promotes social changes at the community level by involving key partners. Potential opportunities for scientific research for the development of the phenomenon of social entrepreneurship through the prism of the following scientific approaches are outlined: systemic / ecosystem, interdisciplinary, stakeholder, participatory.

Key words: *social entrepreneurship, social entrepreneur, systemic approach, ecosystem approach, stakeholder approach, participatory approach.*