

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.

Ефективна економіка. 2024. № 2.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.2.64>

УДК 338.2

З. І. Кобеля,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри бізнесу та управління персоналом,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5135-4402>

О. І. Буринська,

*к. е. н., асистент кафедри бізнесу та управління персоналом, Чернівецький
національний університет імені Юрія Федьковича*

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-2380-5661>

М. І. Чумак,

аспірант, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-6867-9141>

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: КОНЦЕПЦІЇ, ПРОЯВИ ТА ФУНКЦІЇ

Z. Kobelia,

*PhD in Economics, Associate Professor, Department of Business and Personnel
Management, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

O. Burynska,

*PhD in Economics, Assistant, Department of Business and Personnel Management,
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

M. Chumak,

Postgraduate student, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: CONCEPTS, MANIFESTATIONS AND FUNCTIONS

У статті розглядається сутність та теоретична ідентифікація категорії «підприємництво», яка є предметом зростаючого наукового інтересу з боку різних дослідників. Еволюція економічної діяльності уможливила появу феномену підприємництва – діяльності, спрямованої на задоволення потреб окремих осіб, їхніх груп, спільнот і націй у соціально орієнтований спосіб. Підприємництво – це глобальна інновація, яка змінює світ і підвищує його здатність до ефективного економічного зростання. Класичні форми підприємництва поступилися місцем різноманітним формам, таким як соціальне підприємництво. Теоретична концепція підприємництва набула всебічного розвитку і поступово поширюється разом із консолідацією дослідницької думки щодо його соціальної та економічної природи. Людство постійно прагне до якісних економічних, організаційних, юридичних, соціальних змін, і в цьому прагненні незамінність підприємництва у вирішенні багатьох проблем визнається і набуває наукового та практичного обґрунтування. На бізнес покладається не лише економічна, але й соціальна відповідальність, що також пов'язано з принципом соціалізації.

The article examines the essence and theoretical identification of the category «entrepreneurship», which is the subject of growing scientific interest on the part of various researchers. The development of entrepreneurship is a historical process that has never stopped and will not stop.

Entrepreneurship is a global innovation that changes the world and increases its capacity for effective economic growth. Classic forms of entrepreneurship have given way to diverse forms such as social entrepreneurship. The theoretical concept of entrepreneurship has gained comprehensive development and is gradually spreading along with the consolidation of research opinion regarding its social and economic nature. Humanity constantly strives for qualitative economic, organizational, legal, social changes, and in this desire, the irreplaceability of entrepreneurship in solving many problems is recognized and acquires scientific and practical justification.

Entrepreneurs are subjects of economic processes who are obliged to produce products and provide services, enter into contractual relations, be exposed to entrepreneurial risk and take responsibility, direct their activities to achieve the main goal – obtaining entrepreneurial profit. Entrepreneurs as business entities are distinguished by the use of initiative, creativity and innovative approaches to ensure competitiveness, productivity and maximum balancing between profit and costs in production. Business is entrusted with not only economic, but also social responsibility, which is also related to the principle of socialization.

The concept of entrepreneurship in the early stages of theory formation was based on the capitalist and economic nature of this phenomenon. Only over time, socio-economic criteria and a scientific vision of entrepreneurship as a socio-economic phenomenon were formed. The structure of economic and social entrepreneurship is based on the principles of socialization, assimilation, and introduction of the principle of competition for market results into the socio-economic system. This is the general background of the economic socialization of the entrepreneurial entity. In the framework of socialization, entrepreneurship is characterized by the reorientation of results for the benefit of society, which occurs within the framework of the socio-economic concept.

Ключові слова: підприємництво, соціальне підприємництво, соціалізація діяльності, підприємець.

Keywords: entrepreneurship, social entrepreneurship, socialization of activity, entrepreneur.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Підприємництво як рушійна сила науково-технічного прогресу та механізм інноваційного розвитку соціально-економічних процесів відіграє провідну роль у формуванні національного добробуту. У процесі становлення та розвитку підприємництва відбувається його соціалізація, яке забезпечує ринок економічними та соціальними благами. Поточна ситуація в Україні виглядає наступним чином: хоча економіка

демонструє високу міжнародну конкурентоспроможність, підприємства та регіони стикаються з серйозними проблемами розвитку, а підприємці менш охоче надають економічну підтримку місцевим громадам. Виявлення причин такої ситуації та тенденцій розвитку існуючих проблем дає підстави для визначення доцільності розробки рекомендацій щодо покращення розвитку підприємництва та сприяння його соціалізації.

Поглиблення теоретичних положень щодо формування та ефективності підприємництва як соціально-економічного явища та соціально відповідальної діяльності передбачає визначення методологічних засад соціалізації підприємництва, виявлення та аналіз тенденцій соціально-економічної результативності підприємництва, розробку заходів щодо вдосконалення соціалізації підприємництва, розробка удосконалених заходів соціалізації підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-методичні та практичні розробки з питань підприємництва, визначення його соціально-економічних основ здійснювали Т. Веблен, О. Вільямсон, Р. Кантільон, Дж. Кейнс, Р. Коуз, А. Маршалл, К. Менгер, Ф. Найт, Р. Оуен, Д. Рікардо, А. Сміт, Дж. Тюнен, Й. Шумпетер та інші дослідники. Теоретико-методологічні аспекти розкриття змісту підприємництва, враховуючи національні особливості господарювання, розробляли відомі українські науковці, серед яких: Ю. Лопатинський, М. Малік, В. Геєць, А. Шептицький, Є. Храпливий, П. Саблук, Г. Калетнік, І. Прокопа, І. Гончарук, М. Кропивко, А. Мазур, Д. Шеленко, Т. Лункіна та інші. Концептуальні засади соціалізації підприємництва опрацьовані О. Бородіною, В. Жуком, О. Могильним, О. Шпикуляком.

Дослідження цих науковців системно та комплексно розкривають розвиток підприємництва з урахуванням умов його становлення та функціонування, а також оцінки його соціально-економічної ефективності. Водночас економічна система України не є досконалою і перебуває в процесі трансформації ринкової моделі. Це є важливим аргументом на користь необхідності проведення досліджень з даної проблематики з метою імплементації отриманих результатів та актуалізації пропозицій щодо

покращення бізнес-середовища. Тому ми вважаємо, що на часі проведення досліджень, спрямованих на реалізацію таких питань, як соціальна ефективність бізнесу, соціальна відповідальність підприємців, соціалізація бізнесу, соціальне підприємництво та підприємницьке просування стандартів сталого розвитку.

Аналіз тенденцій та перспектив розвитку соціального підприємництва в регіонах України свідчить, що для активізації та розвитку соціального підприємництва на регіональному рівні необхідно поглибити наукові методи стратегічного регулювання середньо- та довгострокових факторів впливу та доцільно сформулювати інноваційні підходи до державної та регіональної підтримки соціального підприємництва. Виходячи з вищевикладеного, можна стверджувати, що існуюча необхідність та доцільність проведення досліджень щодо активізації соціального підприємництва зумовлює актуальність теми дослідження та послідовність викладення основних складових дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є удосконалення наукового підходу до визначення змісту соціального підприємництва та практичної реалізації соціального підприємництва в сучасних умовах розвитку України.

Відповідно до поставленої мети були визначені наступні завдання:

- уточнити визначення поняття «соціальне підприємництво» та його функції;
- вивчити теоретико-методологічні аспекти дослідження соціального підприємництва та систематизувати його взаємозв'язок з векторами українського розвитку;
- виявити сучасні тенденції, проблеми та особливості розвитку соціального підприємництва в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Історичний процес розвитку людства та соціально-економічних систем пройшов довгу еволюцію. Протягом століть відбувалися зміни, які сприяли пошуку ефективних механізмів господарювання для задоволення потреб. Зокрема, протягом століть підприємництво утвердилося як механізм досягнення організаційно-

економічного прогресу, забезпечення економічного добробуту та здійснення якісних змін, а також як фактор соціального розвитку.

Теорія і практика розвитку підприємництва пройшла довгий еволюційний шлях, оскільки людство усвідомило необхідність пошуку шляхів найбільш ефективного задоволення своїх потреб. Економічні перетворення, ініційовані та реалізовані людством, постійно сприяли розвитку економічних, правових, організаційних та соціальних характеристик підприємництва та усвідомленню участі в економічному вирішенні суспільних проблем, оскільки людство завжди прагнуло до якісних змін.

Еволюція теорії та практики розвитку підприємництва зумовлена науковою та практичною діяльністю, спрямованою на демонстрацію механізмів, що забезпечують добробут людини на різних рівнях. Еволюція підприємництва характеризується його залученням до розвитку різних сфер людської діяльності. Іншими словами, підприємництво пронизує економічну, соціальну, бізнесову, управлінську та інші системи.

Серед чинників, що формують теорію і практику підприємництва як економічної моделі господарювання та визначають методологічну основу механізмів його ефективного функціонування, головними є людські потреби.

На сьогоднішній день людство не винайшло більш раціональної системи організації господарювання з точки зору конкурентоспроможності, демократії та прогресу, ніж підприємництво. Трансформація концепції та практичних принципів підприємництва все ще триває.

Науково-методологічні положення теорії підприємництва утворюють єдину логічну систему концептуального визнання. Вивчаючи раціональні методи і механізми досягнення виробничих, економічних і національних цілей, людство постійно намагається вдосконалювати матеріальну основу цивілізації, що також досягається за допомогою підприємництва.

Дискусії про підприємництво мають довгу історію, що бере свій початок ще з праць античних філософів (Аристотеля, Платона), які досліджували такі питання, як формування держави, організація торгівлі та грошовий обмін. Історична комунікація про підприємництво як спосіб ведення бізнесу, як галузь

економіки є давньою і відповідає потребі постійного пошуку інновацій. Визнання підприємництва як соціально-економічного явища пронизане інноваціями. Поворотним періодом у розвитку теорії підприємництва стало Середньовіччя, коли були закладені основи торгівлі та обміну і встановлені закони ринку. У дослідженнях цього періоду велика увага приділялася економічній поведінці, процесу обміну товарами та послугами, поділу праці, спеціалізації виробництва, а також аспектам підприємництва.

Класична теорія підприємництва сформувалася значно пізніше, після тривалого періоду розвитку держави та економічної системи. Практика підприємництва була пов'язана з винайденням ефективних способів створення та накопичення багатства з метою покращення матеріального добробуту людей. Поняття «підприємство» має багато визначень, але всі вони зводяться до того, що це діяльність з виробництва товарів і послуг, спрямована на отримання прибутку і здійснювана в умовах ризику. Таке визначення підприємництва є класичним і, як правило, підтримується науковцями. Однак наука розвивається, еволюціонують її погляди на предмети та явища, пропонуються інноваційні та модифіковані напрями розвитку підприємництва [5], з'являються інноваційні прояви та практики господарювання, такі як соціальне та екологічне підприємство.

У вітчизняній ідеології розуміння підприємництва домінує шумпетерівська концепція інновацій в управлінні, на якій ґрунтуються його організаційно-економічні засади: за Й. Шумпетером [17], підприємство – це реалізація раціональних, ефективних і конкурентоспроможних ідей управління та отримання прибутку. При цьому він вважав, що інновації в підприємстві спрямовані насамперед на отримання прибутку. Це загалом логічний підхід, але у цьому трактуванні не обов'язковий соціальний тягар для підприємця. У міру того, як економічні системи ставали все більш соціалізованими, позиція підприємства змінювалася, впливаючи на визначення його сутності. Наприклад, поява соціального підприємства дає об'єктивну основу для характеристики принципу неприбутковості. Це пов'язано з тим, що хоча

соціальне підприємництво і є неприбутковою діяльністю, але воно базується на підприємстві.

Щодо підприємництва поширений також виробничий підхід – це постійний пошук нових ефективних шляхів підвищення ефективності виробництва та їх впровадження у виробничий процес. Основи підприємництва варто розглядати як соціально-економічне явище, тобто поєднання суспільства та економіки в ринковій економічній системі. Така методологічна конструкція вважається прийнятною з огляду на дедалі глибшу соціалізацію економічних систем. Це пов'язано з тим, що принципи підприємництва поступово усвідомлюються через вивчення законів розвитку держави, економіки та ринку. Таким чином, економічні питання опосередковано пов'язані з вивченням феномену підприємництва через принципи економічної організації, соціалізації та розвитку результатів.

Теорії підприємництва, зокрема його соціалізації та розвитку, розробляються в рамках теорій суспільного та особистого збагачення. Про визнання соціальних основ господарювання, а отже, і розвитку підприємництва, йдеться в трактатах античних філософів, опублікованих першоджерелах, класичних працях економістів та різноманітних виданнях з історії економічної думки. Ми вважаємо, що класики та багато сучасників підтвердили концепцію суспільного визнання підприємництва, а також інтерпретацію ознак його економічної соціалізації. Людство, прагнучи реалізувати механізми збагачення, завжди перебувало в пошуку ефективних моделей господарювання. Найбільшого наукового та практичного значення набула підприємницька модель. Перші систематизовані знання про підприємництво були надані засновниками класичної економічної науки. Згідно з висновками різних енциклопедій, довідників та наукових публікацій [6; 14; 17], підприємництво є соціально-економічним феноменом і, як процес, явище та діяльність, суттєвим елементом сприяння науково-технічному прогресу та формування економічного добробуту суспільства.

Поступове накопичення знань і розширення предметних областей механістичних досліджень призвели до визнання підприємництва як

економічно, соціально і політично важливої продуктивної сили, системи формування і застосування інновацій, новітнього способу здійснення економічної, виробничої і соціальної діяльності.

Сучасна епоха вирізняється інноваційними підходами до дослідження підприємництва. Це пов'язано з тим, що більшість сучасних дослідників орієнтуються на ідеологію створення механізмів досягнення сталого та інклюзивного економічного розвитку. З огляду на необхідність з'ясування еволюційного підґрунтя теорії підприємництва, виокремлено найбільш релевантні та впізнавані риси за критеріями концептуальної основи цього явища (рис. 1).

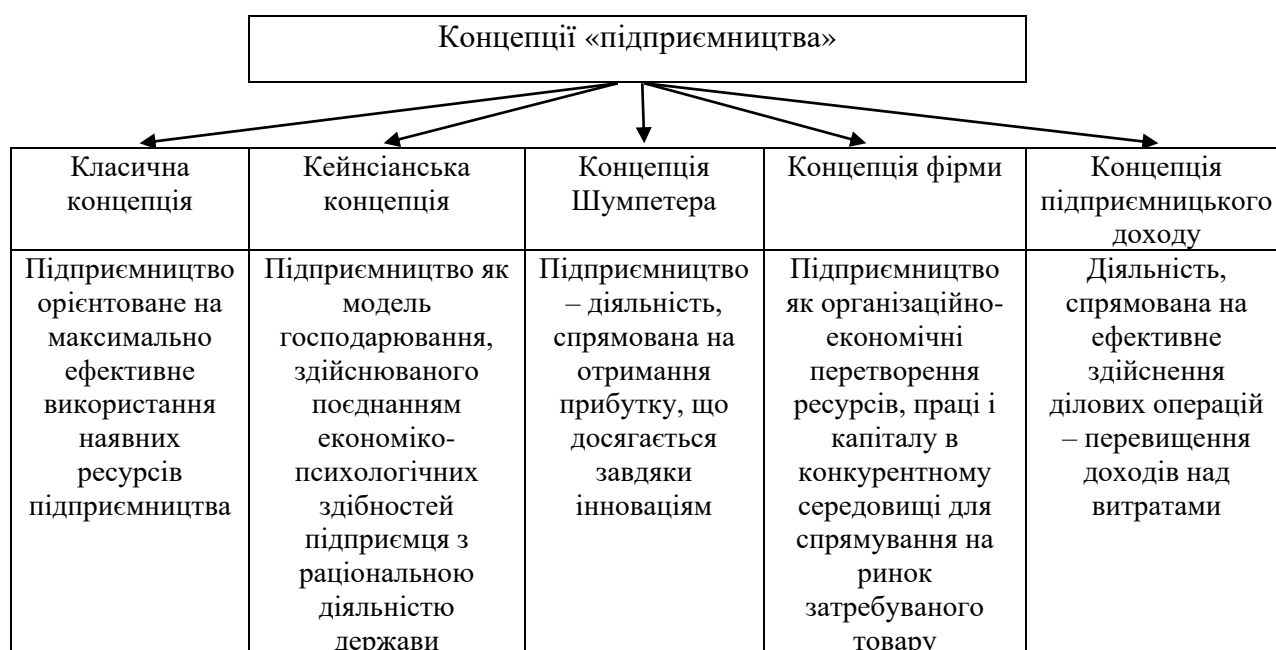


Рис.1 Концепції теоретичних основ підприємництва

Адаптовано з аналізу джерел [3; 4; 6; 17; 18]

Переходячи до оцінки еволюції теорії підприємництва, важливо зазначити, що перше систематизоване визначення підприємництва було запропоновано Р. Кантільйоном. Він «вважав, що підприємець – це індивід, який готовий йти на ризик в очікуванні майбутнього, і чия поведінка характеризується як очікуванням прибутку, так і готовністю нести витрати» [6]. Ці сутнісні особливості механізмів економічних і конкурентних відносин та суб'єктної ролі підприємця в суспільному житті лягли в основу і визначили

класичне теоретичне розуміння підприємництва як процесу, явища, поведінки та системи.

Ідеї Р. Кантільона підтримали Й. Тюнен (розробка теорії розміщення виробництва) та Ф. Найт (демонстрація концепцій ризику та невизначеності в підприємницьких системах), які акцентували увагу на конкурентних засадах підприємництва, зокрема на здатності підприємця передбачати кон'юнктуру ринку та оцінювати переваги продукту, що втілює інновацію, на яких вони акцентували увагу. Таким чином, інноваційна природа підприємництва опосередковано підкреслювалася ще до визнання наукових теорій Й. Шумпетера [17], творця наукової парадигми, що розуміє підприємство як продуктивну силу, ефективну завдяки інноваціям. На думку Й. Шумпетера [17], підприємець – це втілювач нових підприємницьких здібностей, якостей менеджменту та організації, які через системне залучення інновацій результують ефективність, конкурентоспроможність, соціальну спрямованість діяльності, глобальний стейкхолдер, що створює чинники прогресу, матеріального добробуту, економічного зростання, втілюючи механізми вирішення суспільних проблем через соціалізацію процесу й результатів діяльності.

Оцінюючи циклічність економічного зростання, Й. Шумпетер довів, що добробут нації залежить від економічної та соціальної ефективності підприємництва. «Завдяки своєму інноваційному статусу підприємці забезпечують формування добробуту шляхом впровадження інноваційних моделей економічного зростання, але основним мотивом такої діяльності є підприємницький прибуток» [17]. Можливість отримання прибутку є основним чинником впровадження інновацій, таким чином, економічна роль підприємництва трансформується в соціальну.

Позиція Й. Шумпетера [17] щодо ролі підприємництва як соціального явища полягає в наступному: «...це ділянка економічних фактів обмежена передусім поняттям економічної діяльності. Кожна людина тією чи іншою мірою змушена здійснювати цей вид діяльності...проте, коли відбувається фахова спеціалізація членів соціальних груп, ми можемо відмежувати класи

людей, діяльність яких має переважно економічний чи комерційний характер, від тих, у чийй діяльності економічний ефект затьмарюють інші» [17]. Соціальні ролі відзначаються як наслідок економічного розвитку підприємництва у відповідній спеціалізації груп. Також уточнено, що «підприємець – це не професія і зазвичай не тривалий статус, підприємці не створюють соціального класу в строгому сенсі, як, наприклад, землевласники, капіталісти чи робітники» [17]; «підприємці – це особливий тип суб'єктів, а їхня поведінка – особлива проблема, рушійна сила великої кількості важливих явищ» [17]. У цьому полягає соціально-економічне значення підприємництва, що означає інновації, боротьбу за умови ведення бізнесу та мотивацію виробляти і продавати продукцію у найбільш вигідний спосіб з метою максимізації прибутку. Це класична модель економічного підприємництва, яка фокусується на мотивації використовувати свої знання, здібності та матеріальні ресурси для отримання конкурентоспроможних результатів, які гарантують кращі умови життя.

Ділова активність підприємництва тісно переплітається з соціальною ефективністю, тобто результативністю, що підкреслюється класифікацією факторів соціалізації. Тому логічно вказати на взаємний розвиток соціальних та економічних принципів, тобто їх взаємозв'язок у формуванні теорій підприємництва. Крім того, сформувався і соціологічні теорії організації підприємницького процесу. Вчені довели, що в ринковому середовищі економічна роль підприємництва трансформується в соціальну і реалізується через економічні механізми.

Таким чином, наука про підприємництво представлена переважно концепціями, розробленими за участю вчених з країн з розвинутою ринковою економікою, де це явище виникло. Однак вітчизняні вчені також зробили значний внесок в еволюцію підприємництва та його становлення в нашій країні. У працях, присвячених підприємству, переважають соціальні аспекти господарювання, а форми кооперації є досить поширеними. Вважаємо, що в інформаційному просторі з'явилися теоретичні доповнення до сутності підприємництва на основі функціонального підходу. Зокрема, підприємництво

визначається як організаційне нововведення для гарантування виробництва товарів (С. Мочерний [10]), інноваційна та ризикована діяльність з метою отримання прибутку (З. Варналій [1]), діяльність з комплексними інноваціями як основою конкурентоспроможності; інституційно зумовлена інноваційна діяльність, що є основою конкурентоспроможності (В. Зянько [7]), а також інституційно зумовлене явище, що набуло поширення в процесі пошуку раціональних способів задоволення потреб у найефективніший спосіб (О. Шпикуляк [16]). Ці трактування відповідають шумпетерівській ідеології, в якій підприємець є головною дійовою особою. Творчо демонструється єдність підприємництва та інновацій і вказується на фактор конкурентоспроможності на ринку.

Історична ретроспектива розвитку теоретичних засад підприємництва в Україні є особливою. Її особливістю є те, що майже весь період 20-го століття підприємництво перебувало поза законом. Водночас, засади підприємництва та його розвиток можна простежити ще з часів Київської Русі. Тоді підприємницька діяльність мала загальнодержавний характер і була зосереджена на міжнародній торгівлі. Після Київської Русі зароджується капіталістичний лад і до початку 20 століття підприємництво на українських землях розвивалося переважно за законами раннього ринку, але були присутні й ознаки феодалізму.

Підприємництво на українських землях набуло форми кооперативів з метою вирішення проблеми забезпечення ефективності дрібних власників, особливо землевласників. Така практика була обґрунтована доктриною підприємницької економіки М. Туган-Барановського [15]. Пізніше, коли Україна стала частиною радянської імперії, теорія підприємництва була відкинута і не набула поширення. Вся економіка стала державною, жорсткою та централізованою, що перешкоджало впровадженню новітніх світових підприємницьких ідей майже до кінця 20 століття. Сьогодні ринкові підприємницькі моделі активно впроваджуються і поширюються в багатьох секторах. Цей процес організаційного становлення завершується і набуває глибини з точки зору ринкової обізнаності та свідомості суб'єктів. Формується

національна модель українського підприємництва, яка повною мірою враховує світові тенденції сталого та інклюзивного бізнесу.

Логічну схему категорійно-понятійного апарату складають дефініції: підприємець (суб'єкт господарювання); підприємництво (організаційні та економічні інновації), підприємницькі ідеї (інтелектуальні форми підприємницької поведінки, що характеризують напрямок досягнення певних цілей) та підприємницька діяльність (бізнес, що використовує інновації для отримання прибутку). Таким чином, інтегруючи вищезазначені смислові конструкції, можна говорити про економічне (класичне) підприємництво та соціальне (особливе) підприємництво.

Підприємництво – це вид людської діяльності, яка організована індивідуально або в межах юридично визначеної структури поєднання праці та капіталу, що має економічний характер і здійснюється у сферах, не заборонених законом, наприклад у вигляді соціального підприємництва. Підприємці – це суб'єкти економічних, соціальних та бізнес-процесів, які зобов'язані виробляти товари та надавати послуги, вступати в договірні відносини з іншими діловими партнерами, брати на себе відповідальність перед обличчям підприємницьких ризиків та спрямовувати свою діяльність на досягнення цілей, що призводять до отримання прибутку від підприємницької діяльності. Підприємців відрізняє використання проактивної поведінки, творчих рішень та інноваційних підходів до вирішення бізнес-проблем з метою максимізації конкурентоспроможності, продуктивності та балансу між доходами і витратами у виробництві.

Суб'єктивна сукупність організацій, що здійснюють підприємницьку діяльність, представлена підприємствами. Підприємство є продуктивною силою, яка задовольняє обраний для своєї діяльності ринковий попит: «У системній ієрархії підприємство функціонує як мікроекономічна підсистема і взаємодіє з економікою в процесі придбання ресурсів та реалізації виробленої продукції, отримання фінансових ресурсів та їх подальшого повернення, виконання соціально-економічних зобов'язань перед суспільством шляхом сплати податків тощо» [9]. Крім функціональних особливостей

підприємництва, сформувалася і організаційна структура управління, яка пройшла певну еволюцію, зокрема від індивідуальних до колективних, корпоративних і партнерських відносин, тому «соціально-економічне значення підприємницької діяльності ґрунтується на необхідності повного задоволення потреб суспільства через розвиток ринку в економічній (класичне підприємство) та соціальній (виконання соціальних функцій класичним підприємством та цільової діяльності соціальним підприємством) сферах» [16]. Наприклад, соціологія трактує визначення підприємництва так: це соціально-економічне явище, представлене економічними суб'єктами, що діють з метою задоволення різноманітних потреб та інтересів, діяльність яких характеризується ризиком, новаторством та ініціативою [14].

Підприємство як явище сформувалося в історичному процесі еволюції людства, освоюючи дороге середовище ринку і створюючи соціально-економічні механізми створення і розподілу благ. Організаційні структури та форми підприємства стають все більш ефективними і постійно адаптуються до нових умов. Підприємницька діяльність у будь-якій сфері позиціонується як суб'єктивна, оскільки ґрунтується на здатності підприємця організувати бізнес у найбільш ефективний спосіб.

Підприємницька креативність і конкурентоспроможність є базовою соціально-економічною моделлю успіху. Ця креативність визначає рівень національного доходу, соціальної безпеки, демографічних параметрів життя нації та потенціал економічного розвитку. Кожна країна має власну підприємницьку традицію, яка проявляється у факторі соціальної відповідальності, способі накопичення підприємництва та розподілу багатства. З факторами підприємництва також пов'язане визначення нових шляхів підвищення ефективності механізмів створення багатства, задоволення потреб суспільства та організації економічної і підприємницької діяльності. У соціальному плані підприємство є специфічним для кожної країни і залежить від менталітету, а в економічному – від середовища та стимулів (створених державою та ринком).

Протягом останніх десятиліть Україна трансформувала свою економічну систему в інноваційну та підприємницьку. У визначенні підприємництва економічна наука спирається на соціальні, економічні та ділові ознаки. У сучасну епоху розвитку людства підприємництво стає соціальним, а не економічним явищем, набуваючи характеру соціальної організації. У процесі підприємницької діяльності соціальні результати опосередковуються економічними результатами, які можна оцінити як соціальну дію. Йдеться про економічну поведінку підприємців, які, створюючи бізнес та організовуючи постачання товарів (послуг) на ринок, забезпечують процес соціалізації підприємництва.

Розвиток організаційної системи господарювання в ринковій економіці пов'язаний з існуванням підприємництва, яке можна назвати соціально-економічним явищем, що повністю проникло в життя людей. Підприємництво дає можливість різними діями організовувати бізнес у різних галузях, тим самим виробляючи додатковий продукт для економічного та соціального добробуту. Одним словом, сучасний світ характеризується особливостями, інноваціями, досягненнями та факторами, які допомагають визначати добробут людини, досягати економічної конкурентоспроможності та забезпечувати соціальний розвиток. Виникнення підприємництва створило нові можливості для економічного і соціального зростання та покращення умов життя. Завдяки підприємству людство набуло здатності досягати економічного та соціального добробуту на всіх рівнях, постійно покращуючи свої якісні характеристики та відповідаючи на різноманітні виклики шляхом поглиблення інновацій.

Увага до становлення та розвитку підприємництва підкреслює, що його форми, механізми та соціально-економічний статус пов'язані з прагненням людей до багатства. Роль підприємництва відповідає його соціально-економічній природі та значенню системи в досягненні стійкості економічного прогресу.

Феномен підприємництва завжди був присутній у людському житті, в уяві та спочатку функціонував на практиці в різних елементах економічних

процесів і способах заробітку на життя. Наприклад, серед новітніх теорій, практик та інноваційних видів виділяють соціальне підприємництво як особливий та специфічний вид діяльності.

Елемент соціального підприємництва є результатом пошуку інноваційних способів розподілу благ цивілізації серед широкого кола споживачів. Пересічний підприємець прагне максимізувати свій потенціал, технічні та професійні навички, щоб отримати конкурентні можливості у підприємстві. Функція підприємництва є усвідомленою, не всі люди мають її, і лише деякі мають природний дар до підприємництва.

В економічній літературі існує багато визначень підприємництва. Більшість з них зводяться до існування діяльності, яка не заборонена законом і здійснюється з метою отримання прибутку на основі ризику. Основними функціями підприємництва є економічна та соціальна, і воно характеризується виконанням цих ролей. Підприємництво формує соціально-економічну основу ринкової економіки. Воно є невід'ємним атрибутом ринкової економічної системи, необхідною і достатньою умовою її виникнення і розвитку/

Відомий сучасник Б. Гаврилишин [2], обговорюючи економічні та соціальні чинники розвитку сучасного суспільства, наголошував на необхідності та незамінності системи вільного підприємництва. Однак поняття підприємництва суттєво відрізняється від бізнесу. Бізнес – це будь-яка діяльність, що здійснюється з метою отримання прибутку і не заборонена законом, тоді як підприємництво передбачає процес виробництва товарів, виконання робіт і надання послуг. Підприємництво – це також організаційно-господарське та управлінське новаторство, спрямоване на отримання прибутку [6]. Синонімічність або схожість цих визначень полягає в тому, що це процес, спрямований на максимізацію прибутку шляхом прийняття управлінських рішень.

У класичному розумінні діяльність підприємства в підприємстві спрямована на досягнення економічних результатів, але уявлення про її ефективність змінювалися зі зміною соціально-економічних відносин у суспільстві. Еволюція концепції підприємництва свідчить про поступовий

перехід суспільства до моделі соціальної ринкової держави, що вплинуло на визначення цілей і ролі підприємництва та соціалізації. Загалом соціалізація визначається як «процес формування та розвитку особистості, в ході якого індивіди засвоюють соціальні норми, культурні цінності та моделі поведінки протягом усього життя, що дозволяє їм функціонувати в суспільстві» [14] та «процес засвоєння культури, всіх її цінностей і символів» [6]. Наведені вище визначення стосуються соціалізації підприємництва через розвиток підприємницьких традицій, знань і стратегій, а також через механізм підприємницьких кодексів поведінки. Соціалізація відповідає характеристикам соціально-економічного підприємництва.

Поняття соціалізації підприємництва визначається набором компонентів: з одного боку соціалізація стосується створення, поширення та формування суб'єктів підприємництва з різними формами господарювання, а з іншого – соціалізація визначає рівень соціально-економічних показників діяльності підприємства та його внесок у створення доданої вартості.

Систематизація досліджень з теорії підприємництва все більше розкриває соціальні чинники функціонування підприємств:

- підприємець – суб'єкт господарських відносин, який у ситуації ринкової невизначеності, спираючись на особливі якості (знання, ініціативність, винахідливість, нестандартні рішення), намагається організувати надання нових послуг та виробництво якісних товарів за допомогою підвищення їх додаткової вартості, раціоналізації існуючих форм економічної взаємодії з метою отримання якомога більшого прибутку [14];

- підприємець – основний суб'єкт господарювання, який завдяки певній сукупності рис втілює у практику функції підприємництва і за свою працю отримує підприємницький дохід, мінімум – нормальний прибуток [6];

- підприємництво – соціально-економічний феномен, що уособлює певних суб'єктів господарських відносин, дії яких спрямовані на задоволення різноманітних потреб та інтересів (матеріальних, соціальних, духовних) за допомогою діяльності, яка відзначається ризиком, нововведеннями та ініціативою [14];

- підприємництво – це передусім економічна взаємодія, але за результатами розподілу створеного продукту, обміну товарами й ефектом від споживання вона (взаємодія) перетворюється в соціальну. Через отриманий підприємницький результат, якість, втілену в задоволення потреб соціуму, підприємництво соціалізується;

- підприємництво – самостійне організаційно- господарське новаторство на основі використання різних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту тощо з метою отримання прибутків і самореалізації власної мети [6];

- основними функціями підприємництва є інноваційна, організаційна, економічна, соціальна та індивідуальна [6].

Соціальність підприємництва загалом відповідає рівню соціалізації економічних відносин, що в ринковій моделі є переважно якісною оцінкою добробуту, доступності та інклюзивності товарів і послуг. Соціалізація також стосується не лише частки організацій (соціальних підприємств та соціального бізнесу), які виконують соціальну місію, але й мотивації їх створення.

У процесі економічної діяльності соціальні результати опосередковуються економічними результатами. Йдеться про економічну поведінку підприємців, які здійснюють процес соціалізації підприємництва, створюючи нові види діяльності та організовуючи постачання товарів на ринок.

Підприємництво – це насамперед економічна взаємодія, але через розподіл створених продуктів, обмін і споживання товарів ця взаємодія трансформується в соціальну. Підприємництво соціалізується через результати підприємницької діяльності, які втілюються у задоволенні суспільних потреб. Метою підприємництва є здійснення ринкових трансакцій для досягнення кінцевого результату – задоволення економічних і соціальних потреб – з ефективністю, що характеризує рівень конкурентоспроможності.

Підприємці належать до творчих членів суспільства і мотивовані до ризику, ризикованих дій, здійснення інноваційної діяльності з метою отримання прибутку та принесення соціально-економічної користі суспільству і державі.

Підприємницька діяльність виконує як соціальну, так і економічну місію. Це пов'язано з тим, що у виробничій сфері та сфері послуг підприємці впливають на соціальні потреби, задовольняючи економічні потреби. Соціальне підприємництво – виконує місію і впливає на економічні потреби, задовольняючи соціальні потреби. Спільним для цих видів підприємництва є мотивація ризикувати та діяти. Щоб зрозуміти природу соціального підприємництва та традиційного класичного підприємництва, давайте визначимо соціально-психологічні характеристики підприємців (рис. 2).

Соціальна	Економічна
<i>Соціальний підприємець</i>	<i>Економічний (класичний) підприємець</i>
Характеризується ознаками аспектів психології альтруїста, який володіючи підприємницькими здібностями, талантом здобувати і правильно втілювати інновації, не прагне безпосереднього економічного збагачення	Відповідає характеристикам особистості – підприємця, який наділений талантом господаря-інноватора, який діючи в умовах ризику прагне максимізації вигоди від вкладеного у господарську діяльність капіталу з метою збагачення
<i>Орієнтації, цілі використання соціального капіталу</i>	
Використовує соціальний капітал для консолідації і спрямування зусиль на вирішення проблем суспільного, гуманітарного значення без отримання від діяльності прямої економічної вигоди, пріоритетом є соціальні ефекти	Використовує соціальний для забезпечення реалізації меркантильних цілей, вирішення соціальних, економічних та інших проблем держави, територій, соціуму, але з обов'язковим опосередкуванням цього процесу пріоритетом максимізації доходу

Рис. 2. Соціально-психологічний тип підприємця відповідно до сфери діяльності

Джерело [5]

Розвиток підприємництва характеризується різноманітними функціями та характеристиками, основними з яких є соціальні та економічні. Тому підприємництво характеризується одночасно як економічне та соціальне явище, а його роль обмежується економічними та соціальними функціями.

Теорія підприємництва була сформована та визначені його соціально-економічні характеристики через визначення його значимості. Завдяки підприємству як інноваційній продуктивній силі розкриваються резерви економічної поведінки людей у створенні багатства, досягнення суспільного добробуту та реалізації пріоритетів розвитку соціально-економічної системи.

Соціальний вимір підприємництва лежить в основі теорії соціального підприємництва. Концепція соціального підприємництва характеризується як

ефективний механізм поширення благ цивілізації серед широких верств населення. Загалом оцінка доробку науковців у дослідженні соціального підприємництва підтверджує актуальність питання з одного боку, та необхідність більш глибокого вивчення його витоків у класичних системах підприємництва з іншого.

Засновник сучасної теорії підприємництва як інноваційного явища Й. Шумпетер [17] досліджував теоретичні моделі соціального підприємництва відповідно до економічних наслідків господарювання, в яких підприємство виконує соціальну функцію. У його праці «Теорія економічного розвитку» [17] наголошується на соціальних та економічних фактах підприємницької діяльності: «Соціальні факти результатами людської діяльності, а економічні факти – результатами господарської діяльності. Останню можна визначити як поведінку з метою надбання благ. У цьому сенсі ми також говоримо про економічні мотиви, економічні сили в соціальному і господарському житті тощо» [17]. Й. Шумпетер, ставлячи на перше місце економічні наслідки підприємництва, звертається також до соціальних наслідків діяльності підприємця з виробництва товарів. Він описує соціальний вимір так: «Важливість усіх товарів також залежить від задоволення потреб. Вони виконують цю функцію тією мірою, якою сприяють створенню споживчих товарів» [17]. Таким чином, на думку Й. Шумпетера [17], основа підприємництва означає характеристику цього явища як економічної функції, але з соціальним вираженням у системі суспільного розвитку.

Фундаментальний внесок у формування теорії соціального підприємництва зробив відомий вчений М. Туган-Барановський [15], який активно пропагував ідею кооперативів. За своєю соціальною природою та метою існування кооперативи можна розглядати як соціальні підприємства, організації власників капіталу та праці. На думку Тугана-Барановського, кооперація виходить далеко за межі виробництва, тому кооперативи – це соціальні підприємства, засновані на принципі взаємодопомоги, а кооперативи – це підприємства, які не переслідують мети отримання прибутку [15]. Ці тези

свідчать про те, що у своїх дослідженнях М. Туган-Барановський усвідомлював важливість соціальної моделі підприємництва через створення кооперативів.

Дослідження соціального підприємництва в сучасній соціально-економічній науці є динамічним і забезпечує якісне накопичення знань. Крім того, соціальне підприємництво виникло як результат необхідності пов'язати економічну вигоду з соціальною, що призводить до зростання добробуту людей. Розвиваючи ідею соціальної відповідальності та соціальної спрямованості бізнесу, науковці та практики продемонстрували ефективність соціальних підприємницьких організацій.

Таким чином, підприємництво довело, що має соціальне підґрунтя. Це пов'язано з тим, що підприємництво ініціюється людьми, а люди є соціальними істотами. Дійсно, підприємництво – це пошук нових можливостей для задоволення потреб споживачів, тобто продуктів і послуг, які будуть споживатися в майбутньому. Воно уособлює здатність представників суспільства творчо вести справи, що призводить до накопичення багатства, поліпшення умов життя та вдосконалення повсякденного побуту. Розглянемо економічні та соціальні характеристики підприємництва в систематизованому вигляді відповідно до особливостей його значення в сучасному суспільстві (рис. 3).

Базові характеристики: <i>креативність ідеї; інноваційність і раціональність; ініціативність; ризикованість; прагнення вигоди</i>	
Економічні ознаки: <i>ризик інвестицій і прибутковості; матеріальна основа мотивації отримання доходу; спосіб здійснення виробничих відносин; статус визначального фактору економічного зростання</i>	Соціальні ознаки: <i>втілення соціальної місії за наслідком задоволення потреб членів суспільства; залежність від здібностей людини-підприємця як соціальної особистості; залежність від якостей соціального середовища</i>

Рис. 3. Економічні і соціальні ознаки підприємництва*

**Систематизовано на основі інформаційних джерел: [5; 10; 12; 13]*

Ці ознаки притаманні як традиційному підприємництву, метою якого є отримання прибутку за результатами господарської діяльності, так і соціальному підприємництву, механізм та ефект якого полягає в отриманні доходу, насамперед, для самофінансування, а не для отримання прибутку.

Соціальні та економічні ознаки підприємництва є взаємодоповнюючими та невіддільними одна від одної, а тому при розмежуванні їх треба розглядати як органічну єдність. Саме завдяки цьому процесу в конкурентному бізнес-середовищі проявляється соціальна та економічна сутність підприємництва і досягається реалізація його головних засад – економічної та соціальної користі. Соціально-економічні засади підприємництва практично втілюються в економічній та соціальній структурі підприємств, що діють в умовах ринку: «...ринок – це закон, що регулює суспільний порядок без законодавця. Закон вартості регулює відносини обміну між товарами і стосунки між людьми, які виражаються відносинами між товарами, без будь-якого зовнішнього втручання» [11]. Цей тип відносин є місією підприємництва, де підприємства, як організовані економічні структури, вбудовані в ринок, конкурують між собою, щоб якомога повніше задовольнити соціальні та економічні потреби споживачів.

Є підстави вважати, що підприємництво є глобальною інноваційно-виробничою силою, яка змінила світ, розширивши можливості для досягнення ефективного економічного зростання та організаційно-економічної підтримки соціального добробуту людей. Сьогодні класичні форми підприємництва поступаються місцем більш різноманітним формам, таким як соціальне підприємництво.

Підприємництво є особливим елементом, який підтримує людей, і без його ефективності неможливо забезпечити зростання добробуту. Розвиток підприємництва має безліч функцій, теоретичних і методологічних особливостей, серед яких основними вважаються соціальні та економічні.

Економічні та соціальні чинники підприємництва є взаємопов'язаними, і це характеризується різними наслідками, наприклад, в економічних та соціологічних теоріях.

Прихильники теорії підприємництва завжди опосередковано підтверджували економічну соціалізацію підприємництва. Іншими словами, підприємництво асоціюється як соціально-економічний чинник в організаціях, які функціонують для досягнення своїх цілей в умовах ризику. Аналіз

досліджень і публікацій з цього питання можна продовжувати безкінечно, але, незважаючи на широкий огляд, існують аспекти, які потребують подальшого дослідження. Підсумовуючи, зазначимо, що варто розглянути економічне та соціальне підґрунтя підприємництва як чинник його соціалізації. Критерії та ознаки соціалізації підприємництва: розвиток соціальних підприємств, меценатства, благодійності та корпоративної соціальної відповідальності. У цьому полягає сутність підприємництва як соціально-економічного феномену сучасної економічної організації та чинника забезпечення економічного добробуту і соціальної стабільності суспільства.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Теоретико-методологічні засади становлення та розвитку соціалізації підприємництва в економіці дозволяють зробити такі висновки:

1) еволюція економічних моделей та економічних систем уможливила появу підприємництва як виду діяльності, явища, спрямованого на успішне, конкурентне та соціальне задоволення потреб громад, націй, окремих осіб та їх колективів. Підприємництво – це глобальна інновація, яка змінює світ і збільшує можливості для економічного зростання. Класичні форми підприємництва трансформувалися в різні види, наприклад, соціальне підприємництво. Розвиток і поширення концепції підприємництва було інклюзивним, разом з консолідацією дослідницької думки про його соціальну та економічну природу;

2) аналізуючи динаміку еволюції та засад підприємництва, можна стверджувати, що підприємництво є соціалізованим і набуває вигляду різних форм підприємницьких структур. У цьому сенсі як класичне (економічне), так і соціальне підприємництво є соціалізованими і проявляють соціально-економічну функцію створення товарів і послуг для продажу на ринку. Таким чином, формується соціально-економічний консенсус для реалізації обраної концепції суспільного договору;

3) соціальне підприємництво є креативною формою господарювання і законодавчо визнано інноваційним механізмом інтеграції соціального, економічного, інституційного та інтелектуального капіталів і розбудови

спроможності громадян до вирішення соціально-економічних проблем у підприємницькому дусі. Для розвитку соціальних підприємств необхідний якісний соціальний капітал, який є основним критерієм для визначення характеру соціальних підприємств та оцінки їх ролі в економіці, суспільстві та на ринку.

Література

1. Варналій З. С. Конкуренція і підприємництво: монографія. Київ: Знання України, 2015. 463 с.
2. Гаврилишин Б. До ефективних суспільств: Дороговкази в майбутнє: доп. Римському Клубові / Б. Гаврилишин; упоряд. В. Рубцов; вид. 4-те, без змін. Київ : Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2013. 248 с.
3. Гальчинський А. Політична нооекономіка: начала оновленої парадигми економічних знань. Київ: Либідь, 2013. 472 с.
4. Губені Ю. Організаційні форми підприємництва та підприємництво: інформованість сільського населення. *Інноваційна економіка*. 2019. № 5-6. С. 194-198.
5. Дюк А. А. Еволюція теоретичних положень концепції соціального підприємництва. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2019. Вип. 809. С. 3-10.
6. Економічний енциклопедичний словник: у 3-х т. / за ред. С.В. Мочерного. Львів: Світ, 2006. 568 с.
7. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. 397 с. URL: http://fk.vntu.edu.ua/images/documents/mon_08.pdf
8. Лопатинський Ю. М., Кобеля З. І., Галицький А. Е. Структурно-функціональні засади розвитку підприємництва на сільських територіях. *Економіка АПК*. 2021. № 12. С. 65-73.
9. Лопатинський Ю., Кобеля З., Малицька А. Соціальне підприємництво як форма соціалізації економіки. У кн.: *Економічний та управлінський потенціал соціалізації економіки*: монографія / за заг. ред. З.І. Галушки. Чернівці:

Чернівець. нац. ун-т. ім. Ю. Федьковича, 2020. С. 242-268.

10. Мочерний С. В., Устенко О. А., Чоботар С. І. Основи підприємницької діяльності: посібник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2005. 280 с.

11. Розанвалон П'єр. Утопічний капіталізм. Історія ідеї ринку / пер. з фр. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2006. 246 с.

12. Сіренко Н. М., Лункіна Т. І. Соціальне підприємництво в Україні: основні аспекти. *Сталий розвиток економіки*. 2016. №1. С. 5-10.

13. Сірий Є. В. Підприємництво як предмет теоретико-соціологічного осмислення: монографія. Київ : Київ нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2008. 392 с.

14. Соціологічна енциклопедія / уклад. В. Г. Городяненко. Київ : Академвидав, 2008. 456 с.

15. Туган-Барановський М. І. Політична економія: курс популярний. Київ : Наукова думка, 1994. 264 с.

16. Шпикуляк О. Г. Теоретичні засади розвитку підприємництва в інституційному механізмі ринку. Розвиток малих аграрних підприємств в ринковому інституційному середовищі: індикатори та ефективність: монографія / Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» [Лупенко Ю. О., Шпикуляк О. Г., Малік М. Й. та ін.]; за ред. О. Г. Шпикуляка. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2017. 204 с. С. 8-12.

17. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / пер. з англ. В. Старк. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 242 с.

18. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit. *New York Times Magazine*. September, 13, 1970. P. 122-126.

References

1. Varnaliy, Z.S. (2015), *Konkurentsyya i pidpryyemnyts'tvo* [Competition and entrepreneurship], *Znannya Ukrayiny*, Kyiv, Ukraine.

2. Havrylyshyn, B. (2013), *Do efektyvnykh suspil'stv: Dorohovkazy v maybutnye: dop. Ryms'komu Klubovi* [Towards effective societies: Roadmaps to the future: supplement. Club of Rome], *Univ. vyd-vo PUL'SARY*, Kyiv, Ukraine.

3. Hal'chyns'kyy, A. (2013), Politychna noekonomika: nachala onovlenoyi paradyhmy ekonomichnykh znan' [Political neo-economics: the beginnings of a renewed paradigm of economic knowledge], Lybid', Kyiv, Ukraine.
4. Hubeni, Yu. (2019), "Organizational entrepreneurship forms and entrepreneurship: rural population awareness", *Innovatsiyna ekonomika*, vol. 5-6, pp. 194-198.
5. Dyuk, A.A. (2019), "Evolution of theoretical positions of the concept of social business", *Naukovyy visnyk Chernivets'koho universytetu*, vol. 809, pp. 3-10.
6. Mochernyj, S.V. (2006), *Ekonomichnyy entsyklopedychnyy slovnyk* [Economic encyclopedic dictionary], Svit, L'viv, Ukraine.
7. Zyan'ko, V.V. (2008), *Innovatsiyne pidpryyemnytstvo: sutnist', mekhanizmy i formy rozvytku* [Innovative entrepreneurship: essence, mechanisms and forms of development], UNIVERSUM-Vinnytsya, Vinnytsya, Ukraine.
8. Lopatyns'kyy, Yu.M. Kobelia, Z.I. and Halyts'kyy, A.E. (2021), "Structural and functional principles of entrepreneurship development in rural areas", *Ekonomika APK*, vol. 12, pp. 65-73.
9. Lopatyns'kyy, Yu. Kobelia, Z. and Malys'ka, A. (2020), *Sotsial'ne pidpryyemnytstvo yak forma sotsializatsiyi ekonomiky. Ekonomichnyy ta upravlins'kyy potentsial sotsializatsiyi ekonomiky* [Social entrepreneurship as a form of socialization of the economy. Economic and administrative potential of the socialization of the economy], Chernivets. nats. un-t. im. Yu. Fed'kovycha, Chernivtsi, Ukraine, pp. 242-268.
10. Mochernyy, S.V. Ustenko, O.A. and Chobotar, S.I. (2005), *Osnovy pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti* [Basics of entrepreneurial activity], Vydavnychyy tsentr «Akademiya», Kyiv, Ukraine.
11. Rozanvalon, P. (2006), *Utopichnyy kapitalizm. Istoriya ideyi rynku* [Utopian capitalism. History of the market idea], Vydavnychyy dim «Kyyevo-Mohylyans'ka akademiya», Kyiv, Ukraine.
12. Sirenko, N.M. and Lunkina, T.I. (2016), "Social entrepreneurship in Ukraine: key aspects", *Stalyy rozvytok ekonomiky*, vol. 1, pp. 5-10.

13. Siryy, Ye.V. (2008), Pidpryyemnytstvo yak predmet teoretyko-sotsiolohichnoho osmyslennya [Entrepreneurship as a subject of theoretical and sociological understanding], Kyiv nats. un-t im. T. Shevchenka, Kyiv, Ukraine.
14. Horodyanenko, V.H. (2008), Sotsiolohichna entsyklopediya [Sociological encyclopedia], Akademydav, Kyiv, Ukraine.
15. Tuhan-Baranovs'kyy, M.I. (1994), Politychna ekonomiya: kurs populyarnyy [Political economy: the course is popular], Naukova dumka, Kyiv, Ukraine.
16. Lupenko Yu.O. Shpykulyak, O.H. and Malik, M.Y. (2017), Teoretychni zasady rozvytku pidpryyemnytstva v instytutsiynomu mekhanizmi rynku. Rozvytok malykh ahrarnykh pidpryyemstv v rynkovomu instytutsiynomu seredovyshchi: indykatory ta efektyvnist' [Theoretical principles of entrepreneurship development in the institutional mechanism of the market. Development of small agrarian enterprises in the market institutional environment: indicators and efficiency], NNTS «IAE», Kyiv, Ukraine, pp. 8-12.
17. Shumpeter, Y.A. (2011), Teoriya ekonomichnoho rozvytku: doslidzhennya prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho tsyklu [The Theory of Economic Development: A Study of Profits, Capital, Credit, Interest, and the Economic Cycle], Kyiv, Ukraine.
18. Friedman, M. (1970), "The Social Responsibility of Business is to increase its Profit", New York Times Magazine, vol. 13, pp. 122-126.

Стаття надійшла до редакції 07.02.2024 р.