

**УДК 316.334.3**

КІРЄЄВА Ольга Борисівна

канд. держ. упр., доц., доц. каф.

філософії, соціології держ. упр. ДРІДУ НАДУ

## **СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЕРЖАВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ**

Розкривається зміст понять «соціальна відповідальність бізнесу» та «соціальне підприємництво», встановлюється взаємозв'язок між ними; розглядаються моделі соціального підприємництва; виділяються переваги та можливості соціального підприємництва, окреслюються перспективи його розвитку в Україні.

Ключові слова: соціальна політика, соціальна відповідальність бізнесу, соціальне підприємництво, суспільна користь, суспільні відносини, соціальні цілі, партнерство, соціальна сфера.

### ***Киреева О. Б. Социальное предпринимательство как инструмент государственной социальной политики***

Раскрывается содержание понятий «социальная ответственность бизнеса» и «социальное предпринимательство», устанавливается взаимосвязь между ними; рассматриваются модели социального предпринимательства; выделяются преимущества и возможности социального предпринимательства, очерчиваются перспективы его развития в Украине.

Ключевые слова: социальная политика, социальная ответственность бизнеса, социальное предпринимательство, общественная польза, общественные отношения, социальные цели, партнерство, социальная сфера.

### ***Kirieleva O. B. Social enterprise as instrument public social policy***

A concept «social responsibility business» and «social enterprise» are exposed in the article, intercommunication is set between them; the models of social enterprise are

considered; advantages and possibilities of social enterprise are distinguished, the prospects of his development are outlined in Ukraine.

Key words: social policy, social responsibility of business, social enterprise, public benefit, public relations, social aims, partnership, social sphere.

**Постановка проблеми.** Останнім часом спостерігається підвищення уваги до питання соціальної відповідальності бізнесу, підприємців. Зазначене зумовлено ускладненням суспільних відносин, де традиційні механізми взаємодії суб'єктів уже не спрацьовують. Реалізація державної соціальної політики потребує нових інструментів, які в сучасних умовах будуть максимально ефективними. Саме соціальне підприємництво сьогодні постає одним із ключових інструментів вирішення соціальних проблем. Складність полягає в невизначеності ключових понять та неусвідомленні ролі та місця соціального підприємництва в соціально-економічному розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сутність і зміст підприємництва здавна привертає увагу дослідників. У роботах П. Друкера, К. Маркса, А. Сміта, Й. Шумпетера підприємництво розглядається як у загальнотеоретичному, так і в практично-функціональному плані. Сучасні автори – О. Амосов, В. Бакуменко, З. Варналій, І. Герчикова, В. Гриньова, А. Дегтяр, О. Кірш, О. Кужель, К. Ляпіна, В. Ляшенко, М. Надолішній – розглядають питання щодо формування підприємницького середовища, державних і регіональних програм його підтримки, досліджують окремі фактори сприяння розвитку підприємництва. Вагомий внесок у дослідження соціальних аспектів підприємництва внесли вчені А. Арапетян, О. Архипчик, О. Бігняк, В. Бобров, Г. Осовська, Д. Розенберг, О. Сандакова, Е. Уткін та ін. Регіональні аспекти соціальних відносин та управління галузями соціальної сфери досліджені в наукових працях А. Поважного, Г. Губерної, Б. Адамова, В. Дорофійенка, В. Лобаса, О. Черниш.

Проте наукові суперечки щодо змісту поняття «підприємництво», його сутності та співвідношення зі спорідненими термінами ще не можна вважати в повному обсязі опрацьованими. Не до кінця дослідженими залишаються напрями розвитку соціального підприємництва, шляхи їх залучення до соціального розвитку держави та регіонів. Проблема державного регулювання соціального підприємництва ще не

отримала у вітчизняній науці належного наукового вивчення та нормативно-правового обґрунтування.

**Мета статті** – на основі розкриття сутності поняття «соціальне підприємництво» та окреслення його ролі у вирішенні соціальних проблем визначити шляхи розвитку соціального підприємництва в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** В основному дослідження підприємництва було предметом правового регулювання, що висвітлено в працях таких учених, як І. Є. Єршова, В. В. Лаптева, К. К. Лебедева, О. М. Олейник та ін. Однак поза увагою науковців залишались питання співвідношення юридичної та соціальної відповідальності підприємців.

Концепції соціальної ролі бізнесу поступово почали складатися в 50-х рр. ХХ ст. Саме тоді вийшла книга Хоурда Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена», де автор поширює концепцію соціальної відповідальності на бізнес та говорить про те, що усвідомлення більш широких соціальних цілей при прийнятті ділових рішень може принести соціальні й економічні вигоди суспільству [2].

Проблема соціальної відповідальності в основному розроблена в зарубіжній літературі, де необхідність соціальної відповідальності підприємців обумовлюється тією важливою роллю, яку вони відіграють у суспільстві. Зазначається, що суб'єкти підприємництва повинні не тільки мати на меті одержання прибутку, тобто опікуватися суто економічними інтересами. Ідеться про те, що, наприклад, корпорація – це більш ніж економічний інститут, це соціоекономічний інститут [2]. І саме тут виявляються ознаки системності. Система саморегулювання суб'єктів підприємництва висуває більш високі вимоги та стандарти, ніж держава.

Деякі закордонні вчені виділяють декілька понять, що визначають соціально-відповідальну поведінку підприємців. Серед них можна виділити такі:

- соціальне зобов'язання як відповідь на соціальні проблеми шляхом дотримання права;
- соціальна відповідальність як реагування на соціальні проблеми за допомогою прийняття на себе відповідальності за різні соціальні програми;
- соціальна чуйність як активна участь у соціальних програмах для соціальної користі [11].

Однак найбільш поширеним із зазначених є поняття «соціальна відповідальність», узагальнена сутність якого полягає у визнанні взаємозалежності між особами, організаціями й соціальними інститутами, а також поведінкою, що відображає це усвідомлення в межах основи моральних, етичних і економічних цінностей. Відповідь корпорації на вимогу соціальної відповідальності відображає необхідність широкого, добре спланованого, позитивного зусилля, заснованого на конкретних цілях, установлених з урахуванням суспільних інтересів [2].

Більш правильним вважаємо підхід, за якого соціальна відповідальність підприємців розуміється в контексті таких понять, як «відповідальність бізнесу» та «відповідальність держави перед бізнесом». У словнику-довіднику з економіки ці поняття визначені так.

Відповідальність бізнесу (Responsibilities of Business) – обов’язок конкретних осіб, що займаються бізнесом – управляючих або менеджерів – стосовно власників підприємства, працівників, клієнтів і суспільства в цілому. Основні обов’язки можна об’єднати у дві групи: перша – обов’язки, пов’язані з юридичною відповідальністю; і друга – обов’язки, пов’язані зі соціальною відповідальністю [10].

Соціальна відповідальність бізнесу (Social Responsibilities of Business) – відповідальність управляючих або менеджерів за екологічні наслідки своєї діяльності, за справедливість і відсутність дискримінації під час наймання на роботу, а також відповідальність перед споживачами [10].

Відповідальність держави перед бізнесом (Responsibility of Government toward Business) – визначення правил, дотримання яких дозволить приватному бізнесу, залишаючись вільним і процвітаючим, надавати користь суспільству [10].

За такого підходу соціальна відповідальність у сфері підприємництва розуміється в нерозривному зв’язку з юридичною відповідальністю підприємців, що дозволяє зрозуміти їх взаємозв’язки і взаємозалежність, а також підкреслює взаємну відповідальність двох сторін підприємницьких відносин – підприємців і державних органів.

У вітчизняній науці також спостерігається зростання інтересу до проблеми соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність вважається однією з рис підприємництва. Акцентується на тому, що сучасний підприємець не тільки

бізнесмен, що уміло веде комерційну діяльність, йому властиве ще й почуття соціальної відповідальності за свої дії [3].

При цьому у вітчизняній літературі оперують двома поняттями. Перше – це соціальна відповідальність, яку, на думку Д. М. Розенберга, можна трактувати як суспільну відповідальність, очікування того, що компанії повинні діяти в інтересах суспільства і вносити свій внесок у вирішення суспільних і соціальних проблем. Друге – соціально-відповідальний підхід, за якого вважається, що підприємство має суспільні та економічні цілі, так само як і обов'язок передбачати виникаючі соціальні проблеми й активно діяти для того, щоб перешкодити їх виникненню [6].

Треба звернути увагу на той факт, що характеризуючи соціальну відповідальність, більшість дослідників акцентує увагу на добровільному характері прийняття на себе такої відповідальності, що кореспондується із бажанням організації зробити свій внесок у розвиток суспільства. Як правило, мова йде про різні дії філантропічного характеру, яких ніхто не вимагає і які не приносять компанії відчутної вигоди [5].

Узагальнюючи підходи до розуміння соціальної відповідальності, доходимо до такого визначення цього поняття. Соціальна відповідальність – це готовність відгукнутися на потреби суспільства, жертвуючи при цьому частиною своїх інтересів, пов'язаних з отриманням короткострокового прибутку. Актуальні сьогодні вкладення в будівництво лікарень і шкіл, безпека і висока якість продукції, безпека навколишнього середовища – усе це підпадає під категорію соціальної відповідальності. Мова йде про зміну орієнтирів підприємництва в бік більшої відповідальності перед суспільством за результати своєї діяльності.

Треба зауважити, що у випадку запровадження принципів соціальної відповідальності не тільки суспільство отримує користь, а й організація (підприємство, фірма тощо). Традиційно називають такі переваги, що одержують для себе організації, здійснюючи таку політику:

- формується більш привабливий образ організації в суспільстві;
- зростає довіра до організації (підприємства, фірми);
- збільшуються товарообіг, кількість клієнтів і т. д., обумовлені поліпшенням ставлення до організації (підприємства, фірми);
- з'являється можливість одержати більш вигідні замовлення;

- завдяки авторитетові організація може проводити більш активну, ефективну політику в суспільстві, розширюючи свою діяльність, зокрема ринки збуту;
- з'являється можливість домогтися зниження місцевих податків і т. д. [9].

Соціальна відповідальність бізнесу вказує на обов'язок суб'єктів підприємницької діяльності здійснювати свою діяльність, не тільки не порушуючи інтересів суспільства і контрагентів, а й беручи участь у вирішенні суспільних проблем. Соціальна відповідальність бізнесу тісно пов'язана з втіленням принципу партнерства в підприємницьких відносинах не тільки по горизонталі, а й по вертикалі. Принцип партнерства господарюючих суб'єктів як принцип підприємницького права припускає ділове співробітництво даних суб'єктів, їх сприяння один одному у виконанні зобов'язань. Соціально відповідальна організація покликана враховувати соціальні аспекти впливу свого бізнесу на працівників, споживачів і місцеві громади, у межах яких відбувається її діяльність, а також робити певний позитивний внесок у вирішення соціальних проблем суспільства в цілому. Громадськість завжди очікує від бізнесу не тільки високих економічних результатів, а й істотних досягнень з погляду соціальних цілей суспільства. Тобто організація має врівноважувати свої економічні цілі з соціальними інтересами тих, хто утворює середовище.

Численні суперечки щодо ролі бізнесу в суспільстві породили багато аргументів за і проти соціальної відповідальності. Серед основних аргументів «за» можна виділити такі. По-перше, сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи, що обумовлюються соціальними діями підприємств, у результаті яких поліпшується життя місцевого співтовариства або усувається необхідність державного регулювання в цій сфері. Підприємства отримують вигоду від участі в житті суспільства. По-друге, зміна потреб і очікувань широкої громадськості, участь компаній у вирішенні соціальних проблем стає і очікуваною, і необхідною. По-третє, наявність серйозних ресурсів для надання допомоги у вирішенні соціальних проблем. Бізнес має у своєму розпорядженні значні людські й фінансові ресурси, що забезпечує передумови для передачі частини їх на соціальні потреби.

Водночас існує багато аргументів і «проти» соціальної відповідальності, наприклад, порушується принцип максимізації прибутку; витрати на участь у соціальних програмах; недостатній рівень звітності для широкої громадськості; невміння розв'язувати соціальні проблеми тощо [8].

Одне стає очевидним – соціальна відповідальність підприємців у сучасний період є необхідністю. Сутність її полягає, насамперед, у пошуку компромісу між державою та бізнесом, бізнесом і громадою. В економічно розвинутих країнах підприємницькі структури об'єднують свої зусилля для забезпечення соціального захисту населення, а також для вирішення найбільш актуальних, інколи глобальних, проблем, що стоять перед суспільством і не можуть бути вирішені тільки зусиллями держави.

Дуже близьким до поняття «соціальна відповідальність бізнесу» є поняття «соціальне підприємництво». Українське законодавство не дає визначень соціальному підприємництву. Поняття «соціальне підприємництво» застосовується разом з іншою концепцією, а саме – соціальної економіки. Дуже часто поняття «соціальне підприємництво» та «соціальна економіка» використовуються для пояснення одного й того самого феномену. Соціальна економіка діє через різноманітні інституції, а саме: кооперативи, групи взаємодопомоги, громадські організації, які мають спільне визначення – «неприбуткові організації» у тому сенсі, що всі ці організації отримують прибуток, але не розподіляють його.

Існує безліч визначень соціального підприємництва. З одного боку, соціальне підприємництво – це бізнес із передусім соціальними цілями, чий надлишок радше реінвестується на досягнення цих цілей або безпосередньо в громаду, а не здобувається задля максимізації прибутку акціонерів або власників [4]. З іншого – соціальні підприємства є своєрідними гібридами, що поєднують соціальні цінності із комерційною практикою. Ще один погляд зводиться до розуміння соціального підприємства як торгівельної організації, яка продає товари або послуги, і відрізняється від подібних бізнес установ тим, що належать та контролюються громадськістю та мають подвійний результат – соціальний та економічний. Також діяльність соціального підприємства базується на суспільних цінностях, прагненні досягти позитивних соціальних перетворень і до певної міри альтруїзму.

Соціальне підприємництво не можна ототожнювати із соціальною відповідальністю, за якої певна бізнес-структура належним чином піклується про вплив своєї діяльності на середовище, у межах якого вона здійснює свою діяльність. У той самий час соціально відповідальний бізнес може сприяти розвитку соціальних підприємств. Представники корпорацій, наприклад, можуть надавати консультативну

підтримку тим, хто керує соціальними підприємствами [7]. Ці два види підприємств однаково важливі, проте соціальне підприємство, на відміну від соціально відповідального бізнесу, не існує задля примноження прибутку акціонерів.

Виділяють три основні характеристики соціального підприємства. По-перше, торгівля – життєздатність цих підприємств досягається саме через торговельну/комерційну діяльність. По-друге, соціальне призначення – в основі їх діяльності – соціальні цілі (створення робочих місць, проведення тренінгів та розвиток певних навичок, надання послуг та виробництво товарів на місцевому рівні). По-третє, соціальна власність – вони перебувають у власності громад (користувачів послуг або клієнтів, місцевих громадських об'єднань тощо). Як приклади соціальних підприємств можна навести підприємства, що належать та керуються громадою, наприклад, сільські магазинчики або будівлі, що слугують суспільним потребам громад; заклади догляду за дітьми, що належать та адмініструються батьками; кредитні спілки; кооперативи; трасти розвитку – організації, що володіють майном (яке може бути надано органами місцевої влади), наприклад, будинком, який вони можуть використовувати для одержання прибутку для своїх соціальних цілей [7].

Соціальне підприємництво виникло як відгук на хронічні соціальні проблеми: безробіття, бідність, роз'єднаність громади тощо. Соціальні підприємства покликані задовольнити ті потреби членів громади, які не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує. Саме це є нішею для діяльності соціальних підприємств. Саме місцеві громади отримують основну користь від розвитку соціального підприємництва. Соціальне підприємництво допомагає надавати державні послуги в новий спосіб та задовольняти потреби громади; створювати робочі місця; збагачувати професійний досвід людей, які працюють у соціальних підприємствах, задля подальшого працевлаштування за сучасних ринкових умов; розвивати громади, залучаючи до громадського життя соціально вразливі та маргіналізовані групи населення, забезпечуючи їх членів роботою; розширювати активність громадян, які можуть самостійно розв'язувати свої проблеми та брати відповідальність за своє життя; посилювати увагу до соціально незабезпечених груп населення, не стільки надаючи їм благодійну допомогу, скільки забезпечуючи їх корисною соціально значущою роботою; відроджувати сільські та міські території і поліпшувати їх соціальну інфраструктуру тощо.



Враховуючи зміст і завдання соціального підприємництва, виділяють декілька моделей соціальних підприємств.

Модель підтримки підприємців. Такі підприємства надають фінансові послуги для відкриття власного бізнесу, які потім продають свої продукти чи послуги на відкритий ринок [1]. Використовують таку модель організації економічного розвитку, програми розвитку малого та середнього бізнесу, консалтингові фірми, що надають професійні послуги, постачальники технології та продукції.

Модель посередника ринку. Такі підприємства постачають свої послуги з метою забезпечити їм доступ до ринків. Тобто йдеться про удосконалення продукту, допомогу у виробництві чи збуті, кредитування тощо [1]. Традиційні види бізнес-підприємств, які використовують цю модель: маркетингові організації, споживчі організації, ті, які продають сільськогосподарські продукти.

Модель працевлаштування. Відповідно до цієї моделі компанії надають можливість працевлаштування та професійного навчання людям, які не можуть створити конкуренцію на традиційному ринку праці (люди з фізичними вадами, бездомні, соціально незахищена молодь, колишні засуджені). Таку модель широко застосовують громадські організації різного спрямування. Традиційні підприємства, які використовують модель працевлаштування: компанії міського благоустрою, кав'ярні, кур'єрські компанії тощо.

Модель фінансування послуг. Організації продають товари та надають послуги, а отриманий дохід використовують на фінансування соціальних програм. Застосовують таку модель найчастіше громадські організації. Дуже часто такі підприємства є результатом поєднання матеріальних активів (будівлі, земля чи обладнання) чи нематеріальних активів (ноу-хау, бренд) [1].

Модель «зв'язковий ринок». Такі компанії сприяють торговельним відносинам між своїми клієнтами та зовнішнім ринком. Соціальне підприємство діє як брокер, виконуючи роль зв'язкової ланки, за що й отримує оплату. У даному випадку соціальне підприємство не продає чи збуває продукти своїх клієнтів, а лише сполучає клієнтів з ринками. Модель часто використовують для комерціалізації соціальних послуг чи для отримання вигоди від нематеріальних активів, таких як торговельні відносини, а дохід соціальних підприємств витрачається на фінансування послуг клієнтам, неспроможним їх оплатити [1]. Серед підприємств, які використовують

таку модель, підприємства із дослідження ринку, експортно-імпорتنих операцій та брокерських послуг.

Соціальні підприємства для свого розвитку потребують сприятливого клімату, який повинні створити уряд і місцева влада. Уряд має чітко усвідомлювати, що соціальне підприємство є інструментом, який сприяє розвитку суспільства. Головним завданням, у контексті цього, стає подолання недостатньої обізнаності щодо його природи. Посадовці мають бути залучені до соціального підприємництва як ресурсу для досягнення державного завдання – подолання бідності в Україні.

Сьогодні існує також нагальна потреба в належній законодавчій базі. Головна складність тут полягає в тому, що соціальні підприємства являють собою абсолютно нестандартні інституції. Тобто вони не є приватним сектором, водночас не належать повністю громадському сектору. Також ускладнює процес відсутність в Україні розвинутих механізмів залучення бізнесу і громадськості до вирішення суспільних проблем. Саме визнання соціального підприємництва як потужного інструмента розвитку громад призведе до врахування їх потреб у державній політиці. Актуальність цього питання посилюється в контексті запровадження в Україні адміністративно-територіальних реформ, у результаті яких очікується трансформація ролі громади.

Крім того, уряд зацікавлений, щоб кожен бізнес діяв з урахуванням потреб громади. Наприклад, у багатьох країнах Європи вже давно розроблене законодавство щодо норм соціальної відповідальності для середніх та малих підприємств [4]. Чинниками такої зацікавленості є, насамперед, належні податкові стимули. Ідея мікрокредитування є такою важливою і для соціальних підприємств. Також можна залучати соціальні підприємства для виконання певних контрактних послуг.

Місцева влада повинна опікуватися забезпеченням належних умов для створення соціальних підприємств, як-от забезпеченням приміщенням, фінансовою допомогою тощо.

При створенні соціального підприємства необхідно пам'ятати про відповідність його базовим характеристикам. Насамперед необхідна чітка та зрозуміла місія соціального спрямування, яка передбачає вирішення певних суспільних проблем. Підходи до вирішення соціальних проблем повинні мати інноваційний характер. Головне – пам'ятати, що кінцева мета – не прибуток, а досягнення позитивних

соціальних перетворень. Соціальне підприємство має колективну форму власності, яка охоплює учасників соціального підприємства, його працівників, цільову групу, волонтерів та ін.

Тобто соціальне підприємництво є поєднанням організацій із соціальними місіями та комерційного підходу до самофінансування їх соціальних заходів. Для досягнення місії підприємці залучають значні ресурси, у той самий час отримують чисті прибутки, адже діють відповідно до законів бізнесу. Зазначають, що соціальне підприємництво виявляється у формі соціальної відповідальності бізнесу, однак між ними існує відмінність. Соціальна відповідальність – це метод ведення бізнесу, а соціальне підприємництво – це саме ядро діяльності й головна місія [7].

**Висновки.** Підкреслюючи актуальність проблеми становлення та розвитку соціального підприємництва в Україні, можна зробити такі узагальнюючі висновки. У контексті створення сприятливих умов розвитку соціального підприємництва в Україні потребують юридичного визнання різні організаційно-правові форми соціальних підприємств. Соціальні підприємства повинні бути достатньо гнучкими, що обумовлено наявністю жорстких законодавчих меж, перешкоджаючих їх розвитку. Статутні цілі таких підприємств повинні передбачати виробництво товарів або надання послуг суспільного характеру. Уряд повинен подбати про встановлення податкових пільг для соціальних підприємств, що, у свою чергу, зменшить непрямі податки у випадках, коли ринковий дохід недостатній для підтримки соціальної діяльності, а також про надання субсидій для розвитку соціальних підприємств за допомогою зменшення податку на отримані дотації і споживчі витрати. Особливої уваги потребує питання реалізації сприятливих форм взаємодії з громадськими організаціями під час виробництва товарів та послуг суспільного характеру, участі соціальних підприємств у конкурсах на виконання державних замовлень; забезпечення конкурентних умов у сфері соціального підприємництва; підтримки розвитку соціального підприємництва в регіонах.

Найважливішою постає проблема забезпечення сприятливого середовища для соціальних підприємств. Один зі шляхів бачиться у створенні державної структури, що представляє інтереси розвитку соціального підприємництва. Також необхідним є розвиток інфраструктури, зокрема фінансової, для збільшення потенціалу й

ефективності соціальних підприємств; просування іміджу соціальних підприємств. Зазначене потребує окремих досліджень у даній сфері.

Соціальне підприємництво, хоча й повільно, перетворюється на реальний механізм вирішення суспільних проблем в Україні, коли підприємництво у соціальній сфері, підприємницька діяльність благодійних та громадських організацій або бізнес із соціальною місією охоплює різні соціально незахищені верстви населення. В Україні таке підприємництво може ставити за мету трудотерапію, соціальну реабілітацію, запровадження нових механізмів вирішення наявних соціальних проблем. Головну роль у цьому процесі повинна відігравати саме держава, яка через механізми стимулювання повинна визначити стратегію розвитку підприємництва та його взаємодію з соціумом.

#### Список використаних джерел

1. **Арапетян А.** Соціально-відповідальний бізнес: переваги та обмеження / А. Арапетян, О. Архипчик, Л. Пан // Практика Управління. – 2008. – № 7. – С. 12 – 18.
2. **Бігняк О. В.** Юридична та соціальна відповідальність суб'єктів підприємництва / О. В. Бігняк // Університет. наук. зап. – 2006. – № 1 (17). – С. 150 – 154.
3. **Бобров В. Я.** Основи ринкової економіки : підручник / В. Я. Бобров. – К. : Либідь, 2003. – 720 с.
4. **Кіреєва О. Б.** Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку / О. Б. Кіреєва // Пробл. упр. соц. та гуманіст. розв. : матеріали III регіон. наук.-практ. конф. / за заг. ред. В. Г. Вікторова. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2009. – С. 79 – 82.
5. **Осовська Г. В.** Основи менеджменту : навч. посіб. / Г. В. Осовська. – К. : Кондор, 2003. – 556 с.
6. **Розенберг Д. М.** Бизнес и менеджмент. Терминологический словарь / Д. М. Розенберг. – М. : Инфра-М, 1997. – 464 с.
7. **Сандакова О.** Соціальне підприємництво: що це? / О. Сандалова // Наша громада. – 2010. – № 1. – С. 19 – 24.
8. **Уткин Э. А.** Этика бизнеса. Учебник для вузов / Э. А. Уткин. – М. : Зерцало, 1998. – 256 с.

9. **Шкатулла В. И.** Настольная книга менеджера по кадрам / В. И. Шкатулла. – 2-е изд. – М. : Изд-во НОРМА, 2002. – 560 с.

10. **Economics** : англо-русский словарь-справочник / Дж. Долан, Б. Т. Домненко. – М. : Лазурь, 1994. – С. 331.

11. **Kuratko F. Donald** Entrepreneurship: a contemporary approach. – 3th ed. / Kuratko F. Donald, Hodgetts M. Richard. – The Dryden Press, 1995. – P. 735.