

Теорія та історія державного управління

УДК 35:352

Панченко Ганна Олександрівна

*кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри публічного управління та регіоналістики
Національний університет «Одеська політехніка»*

Panchenko Hanna

*Candidate of Sciences in Public Administration, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Public Administration and Regional Studies
Odesa National Polytechnic University*

**СОЦІАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВИД ДЕРЖАВНО-
ГРОМАДЯНСЬКОГО ПАРТНЕРСТВА: РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР
SOCIAL ENTERPRISES AS A TYPE OF PUBLIC-CIVIL
PARTNERSHIP: THE REGIONAL DIMENSION**

Анотація. В сучасному світі, де суспільні виклики та проблеми стають все більш актуальними, соціальне підприємництво виходить на передній план як один із можливих шляхів вирішення цих проблем. Ця наукова стаття розглядає сутність соціального підприємництва, його роль у розвитку суспільства та вплив на соціальні та економічні показники. Соціальне підприємництво можна визначити як форму підприємництва, яка об'єднує в собі економічний та соціальний вимір. Основною метою соціальних підприємств є створення позитивного соціального впливу та вирішення конкретних суспільних проблем, одночасно забезпечуючи фінансову стійкість та прибутковість. Спрямованість соціальних підприємств може бути різноманітною, включаючи сфери освіти, охорони здоров'я, екології, роботи з вразливими групами населення, тощо.

Однією з ключових особливостей соціального підприємництва є підходи до вирішення проблем, які зазвичай не знаходяться у фокусі традиційних бізнес-моделей. Соціальні підприємці активно залучаються до розв'язання таких складних суспільних завдань, як боротьба з бідністю, соціальна включеність, збереження довкілля та підтримка місцевих спільнот. Вони розробляють інноваційні підходи та бізнес-моделі, спрямовані на досягнення позитивного впливу. Соціальне підприємництво також відіграє важливу роль у створенні нових робочих місць та зміцненні економічної стійкості регіонів. Соціальні підприємства можуть бути джерелом зайнятості для вразливих категорій населення, зменшуючи безробіття та підвищуючи життєвий рівень громад.

Для того щоб соціальне підприємництво могло бути ефективним і відповідати своїм цілям, важливо забезпечити підтримку від держави та інших зацікавлених сторін. Законодавство, яке сприяє розвитку соціального підприємництва та надає йому особливі права та пільги, може стимулювати рост цього сектору. Фінансова підтримка у вигляді грантів, субсидій, кредитів та інвестицій також грає важливу роль у розвитку соціальних підприємств. У підсумку, соціальне підприємництво відкриває нові можливості для вирішення складних суспільних проблем, забезпечуючи економічну стійкість та створюючи позитивний соціальний вплив. Держави та інші зацікавлені сторони повинні сприяти розвитку цього сектору, створюючи сприятливе середовище та надаючи необхідну підтримку, щоб соціальні підприємства могли працювати на користь суспільства та допомогти вирішити важливі суспільні проблеми.

Ключові слова: партнерство, державно-громадянське партнерство, громадський сектор, громадянське суспільство, послуги.

Summary. In today's world, where social challenges and problems are becoming more and more relevant, social entrepreneurship comes to the fore as

one of the possible ways to solve these problems. This scientific article examines the essence of social entrepreneurship, its role in the development of society and its impact on social and economic indicators. Social entrepreneurship can be defined as a form of entrepreneurship that combines economic and social dimensions. The main goal of social enterprises is to create a positive social impact and solve specific social problems, while ensuring financial sustainability and profitability. The orientation of social enterprises can be diverse, including the spheres of education, health care, ecology, work with vulnerable population groups, etc. One of the key features of social entrepreneurship is approaches to solving problems that are not usually the focus of traditional business models. Social entrepreneurs are actively involved in solving such complex social problems as the fight against poverty, social inclusion, preservation of the environment and support of local communities. They develop innovative approaches and business models aimed at achieving positive impact.

Social entrepreneurship also plays an important role in creating new jobs and strengthening the economic sustainability of regions. Social enterprises can be a source of employment for vulnerable categories of the population, reducing unemployment and raising the standard of living of communities. In order for social entrepreneurship to be effective and meet its goals, it is important to ensure support from the state and other stakeholders. Legislation that promotes the development of social entrepreneurship and provides it with special rights and benefits can stimulate the growth of this sector. Financial support in the form of grants, subsidies, loans and investments also plays an important role in the development of social enterprises. In conclusion, social entrepreneurship opens up new opportunities for solving complex social problems, ensuring economic sustainability and creating a positive social impact. States and other stakeholders should promote the development of this sector by creating an enabling environment and providing the necessary support so that social enterprises can work for the benefit of society and help solve important societal problems.

Key words: *partnership, public-civil partnership, public sector, civil society, services.*

Постановка проблеми. Зростає кількість літератури, що стосується соціальних інновацій, соціального підприємництва та соціального підприємства [1]. Проте, як зазначають М. Мак Лін, Ч. Харві та Дж. Гордон, в літературі немає консенсусу щодо наслідків кожної концепції, хоча вони часто здаються спробою вирішення нерозв'язних соціальних проблем [1], які вимагають нових підходів і рішень. Ці соціальні проблеми слід розуміти в контексті Великих викликів 21-го століття, епоха величезних суспільних змін, пов'язаних зі старінням населення, явищем масової урбанізації та соціальної ізоляції, високим рівнем безробіття та екологічними проблемами. Ці проблеми перетинають багато кордонів: політичні, економічні, технологічні та екологічні [2], і вирішення цих проблем вимагає розробки інноваційних рішень, спільної мобілізації ресурсів та обміну ідеями.

Як підкреслюють Дж. Ховальдт і М. Шварц проблеми частково радикально змінилися та посилюються разом із різким прискоренням змін в економіці, суспільстві та культурі, і чітко зросла обізнаність щодо обмеженого потенціалу, який технологічні інновації та усталені процедури управління та вирішення проблем мають для вирішення проблем [3]. Або, як зазначили П. Доусон, Л. Деніел і Дж. Фармер, в останні роки акцент змістився в бік визнання важливості соціальної участі в прагненні до суспільного добробуту. Зміна контекстуальних умов, висвітлення в засобах масової інформації та громадських дебатів підвищили обізнаність громадськості про соціальні та екологічні проблеми, а через зростання розбіжностей між людьми з найвищими доходами та рештою працездатного населення, припущення, що стоять за рушійною силою економічного процвітання, все більше ставлять під сумнів [4]. Щоб подолати ці проблеми

чи виклики та зрозуміти паралельне зростання нових видів соціальних рухів, соціальні інновації та соціальне підприємництво розглядалися як такі, що відіграють важливу роль у стимулюванні соціальних змін. Декілька авторів [5; 6; 7; 8] розглядали проблеми соціальних змін, використовуючи концепції соціальних інновацій і соціального підприємництва, незважаючи на різну інтелектуальну спадщину їхніх основних сфер, а саме інновації та підприємництво. Це заплутало використання цих концепцій, коли люди намагалися створити знання про явище (скоординовані соціальні зміни з низового рівня для вирішення нагальних соціальних проблем), застосовуючи суміш різних ідей і теорій. Це підірвало розвиток спільної бази знань про це явище та призвело до ситуації концептуальної плутанини. Таким чином, вирішення цієї концептуальної плутанини вимагає узгодження концепцій соціальних інновацій і соціального підприємництва та кращого розуміння того, як вони пов'язані одне з одним і як їх можна застосовувати паралельно.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як зазначає Р. Мартін та С. Осберг соціальне підприємництво – це сфера діяльності, яка набуває все більшої популярності серед засобів масової інформації, державних службовців, організацій соціального сектора, а також у бізнес-спільноті та як тема дослідження в університетах [9].

Соціальне підприємництво було темою наукових досліджень протягом останніх двох десятиліть [10; 11] з інтенсивними дебатами про те, що таке соціальне підприємництво, як його можна концептуалізувати та які його основні характеристики. Як підкреслюють С. Джексон і Дж. Харрісон, основною проблемою є відсутність загального розуміння визначень і статистичної бази, яка дозволяє вимірювати його вплив, що означає, що ця сфера досліджень часто спирається на анекдотичні свідчення, а не на емпіричні дані [12]. Але, в той же час, соціальне підприємництво є все більш популярною практикою, в якій бізнес-рішення застосовуються до

соціальних проблем [13]. Наприклад, існує значна активність соціального підприємництва в країнах з економікою, що розвивається, але мало систематичних досліджень явище в цьому контексті [14].

Термін «соціальна інновація» в останні роки вживається дедалі частіше [15]. Дослідження соціальних інновацій було зосереджено на описі ініціатив третього сектору, спрямованих на вирішення проблем соціальної ізоляції, наголошуючи на тому, що процес зазвичай розвивається поза ринком і державою [16]. Наприклад, за словами А. Вествуда, соціальні інновації мають на меті задоволення нових потреб, яких не сприймає ринок, або створення нових, більш задовільних способів надання людям місця та ролі в економічному та соціальному житті [17]. Інші автори наголошували на ролі соціальних інновацій у розширенні можливостей людей і як способі «створення соціальної згуртованості та сприяння економічному динамізму», а отже, стимулювання соціальних змін [18; 19]. У цій перспективі підкреслюється примат власних можливостей людей над їхніми потребами шляхом розвитку їхніх навичок і здібностей, а також зміцнення впевненості в собі, мотивації та гідності для подолання проблем соціальної ізоляції [19]. Дж. Хохгернер, М. Кебум, М. Едвардс-Шахтер та ін. розглядають поняття соціальних інновацій як інновації соціальних практик [15; 20; 21]. Ця перспектива наголошує на соціальній меті інновацій, необхідності впоратися з соціальними змінами, а також на тому, що мережі та лабораторії соціальних інновацій мають вирішальне значення для поширення інновацій і досягнення системних змін. Нарешті, деякі автори зосередили увагу на тому, як процеси соціальних інновацій можуть сприяти соціально-територіальній згуртованості, відродженню міст, і розвиток мікрорайону. Ця перспектива висвітлила соціальну додану цінність для міських (або навіть сільських) регіонів, яку можуть створити соціальні інноваційні ініціативи, а також, як охопити соціально креативні міста [22]. Частиною зростання інтересу до соціальних інновацій є також привабливі

можливості, які виникають у зв'язку з новими видами технологічних інновацій для вирішення суспільних проблем, оскільки технології змінюють спосіб взаємодії людей, а поширення мереж і глобальних інфраструктур для інформації та соціальних мереж сприяють нові соціальні практики.

Мета статті. Дослідити роль соціальних підприємств, як виду державно-громадянського партнерства на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу. Соціальні підприємства є важливим елементом сучасного господарського ландшафту. На місцевому рівні вони відіграють ключову роль у вирішенні соціальних та економічних проблем, сприяють створенню стабільного та відповідального бізнесу, а також впливають на розвиток місцевих громад та регіонів. У цьому тексті ми розглянемо сутність соціальних підприємств на місцевому рівні, їхню роль та вплив на громади та регіони, а також перспективи та виклики, з якими вони зіштовхуються. Соціальні підприємства, які ведуть діяльність з соціальною або екологічною метою, є складовою третього сектору, і цей сектор стрімко розвивається. Вони представлені різноманітними видами організацій, включаючи кооперативи, громадські підприємства, кредитні спілки, фонди розвитку, благодійні торгові організації, житлові асоціації та соціальні компанії. Соціальні підприємства можуть обирати різні правові форми, наприклад, зареєстровані як компанії з обмеженою відповідальністю, акціонерні товариства, індустріальні або постачальницькі кооперативи, громадські організації зі спеціальними інтересами або мати альтернативні правові форми.

Зростання та важливість соціальних підприємств частково обумовлені змінами в державній політиці, яка передбачає більшу роль соціальних підприємств у таких сферах, як реорганізація державних служб, розвиток громад і добробутові ініціативи на робочих місцях. Крім того, виникла нова етична ринкова ініціатива, така як справедлива торгівля. Збільшення укладених контрактів на надання державних послуг, перехід від грантів до

угод та розвиток нових форм філантропічних ініціатив призвели до загального зростання прибутковості багатьох організацій третього сектору. Це спричинило обурення стосовно того, як керувати новими підприємницькими проектами та ризиками, при цьому зберігаючи основні цінності. Як і в інших галузях, які функціонують на ринку, якість управління та обліковість є важливими аспектами для збереження репутації та довіри громадськості.

Роль соціальних підприємств на місцевому рівні: створення робочих місць (соціальні підприємства надають можливість місцевим жителям працювати в рідному регіоні, запобігаючи міграції населення та зменшуючи безробіття); розвиток соціальної інфраструктури (вони можуть інвестувати в соціальну інфраструктуру, таку як школи, лікарні, дитячі садки та спортивні об'єкти, покращуючи життя громади); соціальна інтеграція (соціальні підприємства сприяють соціальній інтеграції вразливих груп населення, таких як люди з інвалідністю, молодь безробітна тощо); екологічна відповідальність (багато соціальних підприємств приділяють увагу екологічним питанням та працюють над зменшенням негативного впливу на навколишнє середовище).

Принцип «почати із засобів» пояснює, як підприємці приймають рішення на основі наявних у них ресурсів. Ефективні підприємці починають розвивати можливості на основі своєї ідентичності, знань і мереж. Вони дійсно оцінюють ризик на основі доступних втрат і вірять у побудову відносин між зацікавленими сторонами. Досвідчені підприємці виділяють обмежені обсяги ресурсів для підприємства. Як вважає Г. Чандлер та ін., вони шукають шляхи обмеження ресурсів, інвестованих у підприємство [23]. Тому вони зазвичай розробляють продукти чи послуги, використовуючи лише власні особисті ресурси. Вони можуть експериментувати з різними способами продажу та/або доставки продукту чи послуги, наприклад з використанням різних каналів розподілу та моделей

доходу. На думку Дж. Фішера, роблячи це, вони можуть суттєво змінити продукт або послугу, оскільки підприємство розвивається на початкових етапах [24].

У публічних компаніях акціонери є домінуючою зацікавленою стороною, тобто в межах різноманітних правових і нормативних обмежень компаніями призначено керувати в інтересах їхніх акціонерів. У третьому секторі ситуація часто складніша, і різноманітні зацікавлені сторони можуть мати законну частку в організації, наприклад, члени, бенефіціари або користувачі, а також спонсори. Іноді різні групи зацікавлених сторін явно представлені в радах організацій третього сектора, наприклад, орендарі в житлових асоціаціях. Однак, навіть якщо це не так, важливою роллю правління є збалансування інтересів різних зацікавлених сторін, наприклад, інтересів спонсорів та інтересів користувачів або бенефіціарів, або інтересів існуючих користувачів та інтересів майбутніх користувачів

Організації в третьому секторі переслідують різні соціальні та/або екологічні цілі, багато з яких важко виміряти. Звичайно, вони повинні робити це в межах своїх фінансових та інших ресурсів. Це іноді називають подвійною або потрійною нижньою лінією. У результаті дошки можуть зіткнутися з досить складним компромісом між різними типами цілей. Часте відокремлення фінансування від надання послуг також може означати, що існує небезпека зміщення місії, якщо фінансування не повністю узгоджується з місією організації. Враховуючи труднощі вимірювання впливу соціальних чи екологічних змін, існує додаткова небезпека того, що ради можуть зосередитися на тих аспектах ефективності, які легше виміряти, на шкоду більш важливим аспектам ефективності.

Один із способів мислення про соціальні підприємства – як про більш ділову частину третього сектора, де третій сектор розглядається як ті організації, які не є частиною державного чи приватного секторів, такі як волонтерські та громадські організації, благодійні організації та

кооперативи. або інші спільні організації. Можна дискутувати про те, який дохід потрібно отримати від торгівлі, щоб організацію класифікувати як соціальне підприємство, хоча загальноприйнятим правилом є 50%. Однак це все ще залишає дуже широкий спектр організацій. Один із способів розрізнити різні типи соціальних підприємств – це їхнє походження та коріння. Схоже, існує чотири загальні шляхи становлення соціального підприємства: ті, що виникають внаслідок мутуалізму, ті, що походять від існуючих благодійних або волонтерських організацій, ті, що виникають як відокремлені від державного сектору, і ті, які створюються з нуля соціальними підприємцями. оперативники є, мабуть, однією з найстаріших форм соціального підприємництва. Це торговельні організації, створені для того, щоб приносити користь своїм членам, які часто сприймаються як не вигідні у певному сенсі, а не як акціонери. Існує ряд різних типів кооперативів залежно від потреб, які вони намагаються задовольнити, наприклад, споживчі, робітничі, житлові кооперативи чи кредитні спілки. Ключовою особливістю кооперативів є те, що вони є членськими організаціями, тобто вони належать і демократично контролюються своїми членами за принципом «один член – один голос», що має важливі наслідки для їхнього управління. Інша група соціальних підприємств виникла з існуючих благодійних або добровільні організації, де ці організації вирішили розвивати торгівлю для фінансування своєї основної діяльності поряд із більш традиційними формами збору коштів, такими як гранти та пожертвування. Якщо торгівля в основному призначена не для виконання місії чи цілей благодійної організації, а для збору коштів, благодійна організація повинна створити окрему дочірню компанію для здійснення торгової діяльності.

Деякі соціальні підприємства виникають в результаті діяльності державного сектору. Одним із прикладів є Leisure Trust, які були виділені з місцевої влади як окремі підприємства для управління тим, що раніше було

місцевими органами дозвіллевих послуг, таких як спортивні центри та басейни. Іншими прикладами є деякі соціальні підприємства у сфері охорони здоров'я та соціальної допомоги, створені для надання нових способів надання цих державних послуг. Інші соціальні підприємства створюються з нуля соціальними підприємцями для вирішення конкретних соціальних проблем, таких як ресторани Jamie Olivier «Fifteen», щоб запропонувати можливості для молоді. Деякі з цих новостворених соціальних підприємств пов'язані з певними соціальними рухами або причинами, наприклад, залученими до справедливої торгівлі. На практиці це означає те, що межі між сектором соціальних підприємств та іншими секторами дуже розмиті, і соціальні підприємства можуть мати кілька ідентичностей. Соціальним підприємством може бути, наприклад, благодійна організація або кооператив; він може мати тісні зв'язки з бізнесом або державним сектором. Соціальні підприємства також можуть ідентифікувати та групувати себе з точки зору проблем, якими вони займаються, або послуг, що надаються, наприклад «соціальні фірми», створені для надання можливостей працевлаштування людям, які перебувають у не вигідному становищі на ринку праці, або трасти розвитку, які спрямовані на розвиток успішних місцевих спільноти.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Враховуючи зростаючий академічний інтерес до вивчення соціального підприємництва та соціальних інновацій, ми стверджували, що існує нагальна потреба чіткіше визначити концептуальне розмежування між двома поняттями, які, незважаючи на спорідненість, не є ідентичними та виникли в спільнотах із дуже різними контекстами та дисциплінарними припущеннями. Як зазначають Д. Руеде та Л. Луртц, існують різні дискурси щодо концепції соціальних інновацій, які вкорінені в аудиторіях різних дисциплін [25]. Концепція соціального означає розробку нових підходів, які виходять за межі традиційних або усталених порядків, новий спосіб думати про щось

або робити щось, що призводить до якісних соціальних змін. Соціальне підприємництво – це набір індивідуальних характеристик, які припускають, що людина має критичне ставлення разом із бажанням досягти соціальних змін. У той час як соціальне підприємництво, як правило, зосереджувалося на індивідуумі (або агенті), який керує соціальними змінами, література про соціальні інновації зосереджена на процесах і результатах, які призводять до зміни системи. Тому вибір теорії слід робити на основі того, на чому саме зосереджено увагу на досліджуваному процесі, чи зосереджено воно на окремій людині, чи на змінах у суспільній системі. Соціальні інновації найкраще підходять для вивчення процесу побудови системи, що веде до розвитку нових спроможностей суспільства (тобто інноваційна література); Соціальне підприємництво зосереджено на мікромасштабній агенції осіб, які визнають можливості, збирають ресурси та постачають щось, що потім може мати або не мати ширшого системного результату.

Література

1. Lettice F., Parekh M. The social innovation process: themes, challenges and implications for practice. *International Journal of Technology Management (IJTM)*. 2010. 51(1). P. 139-158. doi: <https://doi.org/10.1504/IJTM.2010.033133> (дата звернення: 01.10.2023).
2. Maclean M., Harvey C., Gordon J. Social innovation, social entrepreneurship and the practice of contemporary entrepreneurial philanthropy. *International Small Business Journal*. 2013. 31(7). P. 747-763. doi: <https://doi.org/10.1177/0266242612443376> (дата звернення: 01.10.2023).
3. Labhrainn I.M. Higher Education and Civic Engagement: International Perspectives (L. McIlrath, Ed.) (1st ed.). Routledge. 2007. doi: <https://doi.org/10.4324/9781315586786> (дата звернення: 01.10.2023).

4. Howaldt J., Schwarz M. Social innovation: concepts, research fields and international trends. Dortmund: Report of ESF, EU, and Aachen University6 2010.
5. Dawson P., Daniel L., Farmer J. Editorial. *International Journal of Technology Management*. 2010. 51(1). P. 1-8. URL: <http://www.inderscience.com/editorials/fl111108541276923.pdf> (дата звернення: 01.10.2023).
6. Bonifacio M. Social Innovation: A Novel Policy Stream or a Policy Compromise? An EU Perspective. *European Review*. 2014. 22(1). P. 145-169. doi: 10.1017/S1062798713000707.
7. Giovany C.-S. Social innovation: Moving the field forward. *A conceptual framework, Technological Forecasting and Social Change*. 2014. Vol. 82. P. 42-51. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.05.008> (дата звернення: 01.10.2023).
8. Seyfang G., Haxeltine A. Growing Grassroots Innovations: Exploring the Role of Community-Based Initiatives in Governing Sustainable Energy Transitions. *Environment and Planning C: Government and Policy*. 2012. 30(3). P. 381-400. doi: <https://doi.org/10.1068/c10222> (дата звернення: 01.10.2023).
9. Perrini F., Vurro C., Costanzo L.A. A process-based view of social entrepreneurship: From opportunity identification to scaling-up social change in the case of San Patrignano. *Entrepreneurship & Regional Development*. 2010. 22:6. P. 515-534. doi: 10.1080/08985626.2010.488402 (дата звернення: 01.10.2023).
10. Martin R., Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*. 2007. P. 29-35.
11. Muhamad N. S., Adham K. A. Social Entrepreneurship as Transformative Service for Societal Well-Being. *Jurnal Pengurusan*. 2013. 39. P. 111–118.

12. Witkamp M. J., Royackers L. M. M., Raven R. P. J. M. From cowboys to diplomats: challenges for social entrepreneurship in the Netherlands. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 2011. 22(2). P. 283-310. doi: <https://doi.org/10.1007/s11266-010-9146-4> (дата звернення: 01.10.2023).
13. Jackson S.J., Harrison G.J. Social entrepreneurship: Concepts and implications for problemsolving. *Social Entrepreneurship*. 2011. P. 1-24.
14. Germak A.J., Robinson J.A. Exploring the Motivation of Nascent Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2014. 5:1. P. 5-21. doi: [10.1080/19420676.2013.820781](https://doi.org/10.1080/19420676.2013.820781) (дата звернення: 01.10.2023).
15. Sundaramurthy C., Musteen M., Randel A.E. Social value creation: A qualitative study of Indian social entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 2013. 18 (2). P. 135-155. doi: <https://doi.org/10.1142/S1084946713500118> (дата звернення: 01.10.2023).
16. Hochgerner J. The analysis of social innovations as social practice. Published in original German language under the title "Die analyse sozialer innovationen als gesellschaftliche praxis". In Zentrum für Soziale Innovation (ed.). *Pendeln zwischen wissenschaft und praxis. ZSI-Beiträge zu sozialen Innovationen*. Vienna and Berlin: LIT, 2011. P. 173-189.
17. André I., Abreu A. Dimensões e espaços da inovação social. *Finisterra*. 2006. XLI (81). P. 121-141. (In Portuguese). doi: <https://doi.org/10.18055/Finis1465> (дата звернення: 01.10.2023).
18. Westwood A. User led innovation – a future for social policy? In Centro de Informação e Documentação (CID) and EQUAL Portugal (Eds.). *Social innovation*. Lisboa, Portugal: Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. 2009. P. 38-53.

19. BEPA-Bureau of European Policy Advisers. Empowering people, driving change: Socialinnovation in the European Union , Luxembourg: Publications Office of the European Union. 2010.
20. Vale A. A new paradigm for social intervention. In Centro de Informação e Documentação (CID) and EQUAL Portugal (Eds.). Social innovation. Lisboa, Portugal: Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. 2009. P. 3-13.
21. Kieboom M. Lab Matters: Challenging the practice of social innovation laboratories. Amsterdam, The Netherlands: Kennisland. Licensed under CC-BY. 2014.
22. Edwards-Schachter M.E., Matti C.E., Alcántara E. Social Innovation and Living Labs. *Review of Policy Research*. 2012. 29. P. 672-692. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1541-1338.2012.00588.x> (дата звернення: 01.10.2023).
23. Naylor T. D. [Review of *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, by R. Florida]. *Canadian Public Policy / Analyse de Politiques*. 2003. 29(3). P. 378–379. doi: <https://doi.org/10.2307/3552294> (дата звернення: 01.10.2023).
24. Chandler G.N., DeTienne D.R., McKelvie A., Mumford T.V. Causation and effectuation processes: a validation study. *Journal of BusinessVenturing*. 2011. Vol. 26, No. 3. P. 375-390.
25. Fisher G. Effectuation, Causation, and Bricolage: A Behavioral Comparison of Emerging Theories in Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2012. 36(5). P. 1019-1051. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.x> (дата звернення: 01.10.2023).
26. Rueede D., Lurtz K. Mapping the Various Meanings of Social Innovation: Towards a Differentiated Understanding of an Emerging Concept (July 19,

2012). *EBS Business School Research Paper*. 2012. No. 12-03. doi:
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2091039> (дата звернення: 01.10.2023).

References

1. Lettice, F., & Parekh, M. (2010). The social innovation process: themes, challenges and implications for practice. *International Journal of Technology Management (IJTM)*, 51(1), 139-158. doi: <https://doi.org/10.1504/IJTM.2010.033133> [in English].
2. Maclean, M., Harvey, C., & Gordon, J. (2013). Social innovation, social entrepreneurship and the practice of contemporary entrepreneurial philanthropy. *International Small Business Journal*, 31(7), 747-763. doi: <https://doi.org/10.1177/0266242612443376> [in English].
3. Labhrainn, I.M. (2007). Higher Education and Civic Engagement: International Perspectives (L. McIlrath, Ed.) (1st ed.). *Routledge*. doi: <https://doi.org/10.4324/9781315586786> [in English].
4. Howaldt, J., & Schwarz, M. (2010). Social innovation: concepts, research fields and international trends. Dortmund: Report of ESF, EU, and Aachen University [in English].
5. Dawson, P., Daniel, L., & Farmer, J. (2010). Editorial. *International Journal of Technology Management*, 51(1), 1-8. Retrieved from <http://www.inderscience.com/editorials/fl111108541276923.pdf> [in English].
6. Bonifacio, M. (2014). Social Innovation: A Novel Policy Stream or a Policy Compromise? An EU Perspective. *European Review*, 22(1), 145-169. doi:10.1017/S1062798713000707 [in English].
7. Giovany, C.-S. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42-51. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.05.008> [in English].

8. Seyfang, G., & Haxeltine, A. (2012). Growing Grassroots Innovations: Exploring the Role of Community-Based Initiatives in Governing Sustainable Energy Transitions. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 30(3), 381-400. doi: <https://doi.org/10.1068/c10222> [in English].
9. Perrini, F., Vurro C., & Costanzo, L.A. (2010). A process-based view of social entrepreneurship: From opportunity identification to scaling-up social change in the case of San Patrignano. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22:6, 515-534, doi: 10.1080/08985626.2010.488402 [in English].
10. Martin, R., & Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*, 29-35 [in English].
11. Muhamad, N. S., & Adham, K. A. (2013). Social Entrepreneurship as Transformative Service for Societal Well-Being. *Jurnal Pengurusan*, 39, 111–118 [in English].
12. Witkamp, M. J., Royackers, L. M. M., & Raven, R. P. J. M. (2011). From cowboys to diplomats: challenges for social entrepreneurship in the Netherlands. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 22(2), 283-310. doi: <https://doi.org/10.1007/s11266-010-9146-4> [in English].
13. Jackson, S.J., & Harrison, G.J. (2011). Social entrepreneurship: Concepts and implications for problemsolving. *Social Entrepreneurship*, 1-24 [in English].
14. Germak, A. J., & Robinson J. A. (2014). Exploring the Motivation of Nascent Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5:1, 5-21. doi: 10.1080/19420676.2013.820781 [in English].
15. Sundaramurthy, C., Musteen, M., & Randel, A.E. (2013). Social value creation: A qualitative study of Indian social entrepreneurs. *Journal of*

- Developmental Entrepreneurship*, 18 (2), 135-155. doi:
<https://doi.org/10.1142/S1084946713500118> [in English].
- 16.Hochgerner, J. (2011). The analysis of social innovations as social practice. Published in original German language under the title “Die analyse sozialer innovationen als gesellschaftliche praxis”. In Zentrum für Soziale Innovation (ed.). Pendeln zwischen wissenschaft und praxis (pp. 173-189). ZSI-Beiträge zu sozialen Innovationen. Vienna and Berlin: LIT [in English].
- 17.André, I., & Abreu, A. (2006). Dimensões e espaços da inovação social. *Finisterra*, XLI (81), 121-141. (In Portuguese). doi:
<https://doi.org/10.18055/Finis1465> [in English].
- 18.Westwood, A. (2009). User led innovation – a future for social policy? In Centro de Informação e Documentação (CID) and EQUAL Portugal (Eds.), Social innovation (pp. 38-53), Lisboa, Portugal: Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social [in English].
- 19.BEPA-Bureau of European Policy Advisers. (2010). Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union, Luxembourg: Publications Office of the European Union [in English].
- 20.Vale, A. (2009). A new paradigm for social intervention. In Centro de Informação e Documentação (CID) and EQUAL Portugal (Eds.), Social innovation (pp. 3-13), Lisboa, Portugal: Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social [in English].
- 21.Kieboom, M. (2014). Lab Matters: Challenging the practice of social innovation laboratories .Amsterdam, The Netherlands: Kennisland. Licensed under CC-BY [in English].
- 22.Edwards-Schachter, M.E., Matti, C.E. and Alcántara, E. (2012). Social Innovation and Living Labs. *Review of Policy Research*, 29, 672-692. doi:
<https://doi.org/10.1111/j.1541-1338.2012.00588.x> [in English].

23. Naylor, T. D. (2003). [Review of *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, by R. Florida]. *Canadian Public Policy / Analyse de Politiques*, 29(3), 378–379. doi: <https://doi.org/10.2307/3552294> [in English].
24. Chandler, G.N., DeTienne, D.R., McKelvie, A. and Mumford, T.V. (2011). Causation and effectuation processes: a validation study. *Journal of Business Venturing*, 26, 3, 375-390 [in English].
25. Fisher, G. (2012). Effectuation, Causation, and Bricolage: A Behavioral Comparison of Emerging Theories in Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 1019-1051. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.x> [in English].
26. Rueede, D., and Lurtz, K. Mapping the Various Meanings of Social Innovation: Towards a Differentiated Understanding of an Emerging Concept (July 19, 2012). *EBS Business School Research Paper*, 12-03. doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2091039> [in English].