

Н. Резнікова, д-р екон. наук, доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна,
В. Панченко, канд. іст. наук, докторант, директор Агентства розвитку Дніпра
Маріупольський державний університет, Маріуполь, Україна

ДО ПИТАННЯ ПРО АДАПТИВНІСТЬ ПОЛІТИКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПАТРІОТИЗМУ ФРАНЦІЇ ДО СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ УКРАЇНИ

Під політикою економічного патріотизму в статті пропонується розглядати економічну політику, що реалізується урядом країни для нівелювання ринкових провалів і свідомого викривлення ринків з метою найефективнішого стимулювання економічного росту, що вимірюється темпами росту ВВП й досягненням оптимальних базових макроекономічних показників, до яких ми відносимо показники рівня безробіття, зростання продуктивності праці, темпів інфляції, рівня кредитування корпоративного сектора і домогосподарств. Стимулювання сукупного попиту – як внутрішнього, так і зовнішнього, стає визначальною характеристикою політики економічного патріотизму, що фокусується у стимулюванні купівельної спроможності (шляхом запровадження політики базового гарантованого доходу, зменшення податків, створення нових робочих місць) і конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх ринках.

Ключові слова: економічний націоналізм, економічний патріотизм, економічна політика, індустріальна політика, протекціонізм.

Н. Резникова, д-р экон. наук, доц.
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, Киев, Украина,
В. Панченко, канд. ист. наук, докторант, директор Агентства развития Днепра
Марипольский государственный университет, Мариуполь, Украина

К ВОПРОСУ ОБ АДАПТИВНОСТИ ПОЛИТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПАТРИОТИЗМА ФРАНЦИИ К СОВРЕМЕННЫМ РЕАЛИЯМ УКРАИНЫ

Под политикой экономического патриотизма в статье предлагается рассматривать экономическую политику, реализуемую правительством страны для нивелирования рыночных провалов и сознательного искажения рынков с целью эффективного стимулирования экономического роста; измеряется темпами роста ВВП и достижением оптимальных базовых макроекономических показателей, к которым мы относим показатели уровня безработицы, рост производительности труда, темпов инфляции, уровня кредитования корпоративного сектора и домохозяйств. Стимулирование совокупного спроса – как внутреннего, так и внешнего, становится определяющей характеристикой политики экономического патриотизма, фокусирующейся на стимулировании покупательной способности (путем введения политики базового гарантированного дохода, уменьшения налогов, создания новых рабочих мест) и конкурентоспособности отечественной продукции на внешних рынках.

Ключевые слова: экономический национализм, экономический патриотизм, экономическая политика, индустриальная политика, протекционизм.

УДК 327

М. Хмара, канд. екон. наук, доц.
Київський Національний Університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

ІННОВАЦІЙНА СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено сутність, особливості та основні напрями розвитку соціального підприємництва в Україні, його специфічний характер та особливості в умовах скорочення бюджетного фінансування.

Ключові слова: соціальна відповідальність суб'єктів підприємництва, партнерство держави і бізнесу, відповідальність держави перед бізнесом.

Незважаючи на активне поширення соціального підприємництва у світі та зростання інтересу науковців до проблеми соціального підприємництва, сутність, можливості й особливості функціонування соціального підприємництва все ж залишаються предметом дискусії. Відсутність чіткого визначення терміна "соціальне підприємство" перешкоджає інституціоналізації даного явища й обмежує розвиток емпіричних і теоретичних досліджень.

Соціальне підприємство називають еволюцією бізнесу, або навіть революцією для неприбуткової діяльності. Революцією тому, що це явище надає можливість неприбутковим організаціям самим забезпечувати собі ресурси для функціонування, а не бути жебраками. Соціальне підприємство також не виключає прибутковості, але пріоритети для нього зовсім інші. На першому місці для таких підприємств є розв'язання соціальних проблем або створення соціальної цінності для допомоги суспільству. Для цього використовуються ефективні бізнес-моделі, які забезпечують сталий розвиток підприємств.

В Україні категорія "соціальне підприємство" все ще не має широкого розповсюдження. Ми не впевнені щодо її тлумачення і часто плутаємо соціальне підприємство із соціальною відповідальністю бізнесу як в науці, так і в бізнесі. Для захисту вітчизняної науки варто зауважити, що у світі досі не існує єдиного визначення даної категорії, але більшість із цих визначень говорить про бізнесові механізми розв'язання соціальних про-

блем, створення громад і взаємодопомогу. Більше того, соціальне підприємство є мультидисциплінарною темою для досліджень, оскільки до її концепції входять не тільки економічні елементи, але й питання моралі та етики, соціальної справедливості та психології.

Передумови для зародження соціального підприємства як суспільного явища з'явилися у західноєвропейських країнах у другій половині XVIII ст. із зародженням кооперативного руху. Проте його легалізація як соціального інституту відбулася лише в другій половині XIX ст. Першими на законодавчому рівні в кінці 1990-х рр. діяльність соціальних підприємств легалізували країни Західної Європи: Італія, Іспанія, Греція, Бельгія, Франція, Португалія, Великобританія. На початку 2000-х рр. законопроекти, які регулювали діяльність соціальних підприємств, були прийняті у східноєвропейських і прибалтійських країнах – Угорщині, Чехії, Словаччині, Словенії, Польщі, Литві. У США перші соціальні підприємства почали з'являтися на початку 1990-х, проте, на відміну від європейських країн, сферою їхнього зародження був не кооперативний рух, а громадський сектор.

Серед основних причин, що зумовили розвиток і поширення соціального підприємства, дослідники називають: брак державних коштів і корупцію влади, неналежну увагу з боку неурядових організацій до важливих соціальних потреб населення в країнах, що розвиваються [1]; неефективність традиційних способів розв'язання нагальних соціальних проблем, таких як

бідність, гендерна нерівність тощо у розвинутих країнах [2]; намагання урядів деяких країн комерціалізувати сектор соціальних послуг [3]; скорочення державного фінансування окремих соціальних послуг, зокрема таких, як освіта та розвиток громад [4].

На сьогодні склалося розуміння соціального підприємства як інноваційної діяльності, спрямованої на розв'язання соціальних проблем, здійснення соціальних перетворень та отримання фінансового прибутку. Проте питання пріоритетності цілей такої діяльності залишаються відкритими для дискусії. Більшість авторів вважають, що пріоритетними є соціальні мотиви діяльності, такі як розв'язання соціальних проблем [5], досягнення соціальної справедливості [6], загального добробуту [7]. Окремі визначення [8] надають однакового значення соціальним та економічним аспектам діяльності соціальних підприємств – виконуючи соціальну місію, вони є фінансово прибутковими.

Б. Хугендорн, Е. Пенінгс і Р. Сурік [9] указують на існування двох протилежних підходів у трактуванні суті соціального підприємства: інноваційного та підприємницького. Відмінності між ними стосуються ступеня інновацій та фінансової прибутковості як критеріїв діяльності соціального підприємства.

Так, представники інноваційного підходу вважають, що основною метою соціального підприємства є розв'язання соціальних проблем шляхом здійснення соціальних перетворень, отримання фінансового прибутку при цьому не є пріоритетом. Прихильники підприємницького підходу віділяють думки, що отримання прибутку через бізнесову діяльність є обов'язковою характеристикою соціального підприємства. Автори вказують, що перший підхід до розуміння соціального підприємства є більш характерним для європейських країн, зокрема Великобританії, другий – для США та країн Латинської Америки. К. Браво в межах підприємницького підходу віділяє західну та азійську школи підприємництва. Суттєві відмінності між ними полягають у таких питаннях, як прибутковість, тиражованість, масштабованість та географічне розташування соціального підприємства [10]. Для західної школи соціального підприємства властивим є погляд на соціальне підприємство як на некомерційний проект, який дає прибутки, виконуючи при цьому соціальну місію. Усі три критерії – прибутковість, тиражованість і масштабованість підприємства є необхідними для надання підприємству статусу соціального. Дану ідеологію соціального підприємства сповідують фундації Скола та Шваба. Згідно з поглядами, поширених у країнах Азії, необхідним критерієм є лише наявність прибутків, інші – бажані, але не обов'язкові. Таку ідеологію соціального підприємства підтримує Центр Юнуса.

Наявність різних поглядів і підходів зумовлена контекстуальними факторами та існуванням різних шкіл дослідників соціального підприємства. М. Діз і Б. Андерсон [1] виділяють дві основні дослідницькі школи соціального підприємства: школу соціальних підприємств і школу соціальних інновацій. Представники школи соціальних підприємств фокусують свої дослідження на двох напрямках: способах одержання доходу некомерційними організаціями та на соціальних проектах комерційних підприємств. Обидва напрями розглядають соціального підприємця як індивіда, що організовує й управляє бізнесом, націленим на досягнення соціальних цілей. Представники школи соціальних інновацій більше акцентують увагу на інноваційних, новаторських способах розв'язування соціальних проблем і розглядають соціальних підприємців як носіїв перетворень, здатних викликати структурні й системні зміни в суспі-

льстві. Кожна із згаданих вище шкіл, на думку Г. Діза і Б. Андерсона [1], має обмеження, які мають бути враховані під час розроблення нових підходів до вивчення соціального підприємства. Однак необхідно зазначити, що загалом ці два підходи до вивчення соціального підприємства не суперечать один одному, а скоріше доповнюють, і "по суті, йдеться про розгляд різних емпіричних сторін феномена соціального підприємства, ключовими рисами якого для всіх є соціальне призначення, визнання важливості соціальних перетворень і ринкових компонентів у роботі" [1].

На основі проведеного аналізу з усіх найбільш цитованих визначень соціального підприємства можна виділити три, які найчастіше зустрічаються: перший наголошує на здатності соціального підприємства здійснювати суспільні трансформації, соціальні зміни; другий підхід визначає соціальне підприємство як інноваційний, підприємницький спосіб створення соціального ефекту; третій підхід заснований на важливій умові існування та збереження стабільності в соціальному підприємстві – досягнення "подвійного ефекту" – соціального й економічного.

Сьогодні соціальне підприємство в Україні розуміється як діяльність, що має на меті пом'якшення соціальних проблем на умовах самоокупності, інноваційності та стійкості [1] і включає пошук можливостей для реалізації нових ідей, заснування соціальних підприємств, які б розв'язували соціальні проблеми, та розвиток їхньої мережі [2]. Проте не всі соціальні підприємства ідентифікують себе як такі. І, незважаючи на те, що за приблизними оцінками експертів таких підприємств в Україні в 2016 р. налічувалося близько 700, участь у дослідженні "Соціальне підприємство в Україні", що проводилося в 2016 р. Школою соціальної роботи Національного університету "Києво-Могилянська академія" за підтримки Pact Int. та Western NIS Enterprise Fund, взяла лише 73 соціальні підприємства [3].

Основними характеристиками соціального підприємства науковці, представники бізнес-структур і практики називають такі: наявність соціальної та/чи екологічної проблеми, яку необхідно розв'язати; пошук інноваційних шляхів для розв'язання проблем через адаптацію найоптимальнішої бізнес-моделі; юридичне оформлення підприємств як окремих структур чи як складових бізнесу або громадських організацій.

Критеріями успішної діяльності соціальних підприємств в Україні експерти визначили три основні: чітко сформульована соціальна місія; наявність прибутку та його розподіл або самоокупність; публічна звітність соціального підприємства про свою діяльність [3]. Деякі експерти додають до них достойну оплату праці персоналу, позитивну атмосферу в колективі, сприятливі умови праці, високу якість запропонованих товарів і послуг. Також, на думку деяких експертів, важливою є й особистість самого соціального підприємця, який має володіти лідерськими якостями й уміти генерувати інноваційні ідеї.

Нині в Україні формується "нова хвиля соціальних підприємств", діяльність яких налічує від 1 до 10 років. На думку експертів, їхня поява спричинена не лише складними соціально-політичними та економічними обставинами в країні, але й обумовлена ініціативами лідерів думок, які бажають упроваджувати комерційну діяльність соціального характеру. Цілком можливо, що поява таких лідерів – це продукт зросту самосвідомості суспільства, що могло бути спричинено суспільно-політичними подіями в Україні за останні 10 років.

Оскільки поняття "соціальне підприємство" офіційно не закріплено в нормативно-правовому полі України, то їхня діяльність регулюється існуючими законами, що

стосуються підприємств чи організацій відповідно до організаційних форм юридичної особи, за якими вони зареєстровані [4]. Результати дослідження 2016 р. показали, що діючі соціальні підприємства оформлені юридично як фізичні особи – підприємці, громадські організації, підприємства громадського об'єднання, приватні підприємства, товариства з обмеженою відповідальністю, благодійні організації, організації громадського об'єднання, державні підприємства, сільськогосподарські кооперативи та громадські спілки [3].

Основними тенденціями розвитку соціального підприємництва в Україні є такі [3]: більшість з них виникає у великих містах; територія поширення їхньої діяльності здебільшого охоплює локальний рівень або всю територію України; найпоширеніша організаційна форма – ФОП; переважають ті СП, чия тривалість діяльності становить від 1 до 3 років. Щодо кількості працівників, то майже в половині соціальних підприємств, що взяли участь у дослідженні, працює до 10 осіб. Колективи, що становлять 50 і більше осіб, – у тих соціальних підприємствах, які мають на меті працевлаштування представників уразливих груп населення. Основними напрямками роботи є працевлаштування та підтримання діяльності організації. Значно менше тих соціальних підприємств, що мають на меті генерування прибутку для окремих груп населення та надання певних видів послуг.

Свою місію СП висловлюють у різних документах, але переважно це їхні статuti. Досягнення місії СП відбувається різними способами. Найчастіше вони здійснюють продаж товарів власного виробництва та підтримують соціальні, культурні та/чи спортивні заходи, проекти, програми. Третім серед найбільш популярних способів є працевлаштування представників вразливих груп. Також здійснюється підтримка закладів/організацій для вразливих груп населення та продаж товарів не власного виробництва. Зміст діяльності СП охоплює найрізноманітніші галузі бізнесу, серед яких домінує швейне підприємництво та виробництво товарів хенд-мейд.

Переважає більшість СП має власний бізнес-план на термін від 1 до 3 років. Основним джерелом фінансування багатьох СП є кошти від власної комерційної діяльності.

За 2015 р. у більшості соціальних підприємств річні грошові обороти сягнули до 500 тис. грн. Найбільша частка прибутку витрачається на реінвестиції та оплату праці. Серед діючих систем оподаткування найчастіше застосованими є загальна система оподаткування, єдиний податок третьої групи та юридичні особи, які мають статус "неприбуткових організацій".

Політика розподілу прибутку СП досить різноманітна. На реінвестиції витрачається від 10 до 100 % прибутку, на соціальні цілі виділяється від 5 до 100 % і т. д. Кожне соціальне підприємство визначає для себе соціальні цілі, на які будуть розподіляти свій прибуток. Загалом, це такі: благодійність; підтримка закладів; підтримка проектів.

Щоб соціальне підприємство вважалось успішним, його діяльність має відобразитися публічно. Зміст і структура звітності підприємства залежить від виду обліку, а також від інформаційних потреб користувачів. Відповідно, існує управлінська, фінансова, податкова та статистична види звітності. Але для СП важливою також є звітність про соціальну складову своєї діяльності.

Щодо звітування про комерційну складову діяльності, то оскільки в Україні немає закону про соціальні підприємства та відсутній окремо визначений їхній юридичний статус, особливості звітності відрізняються залежно від форми реєстрації юридичної особи.

Найпоширенішим способом звітування щодо комерційної діяльності виявилися звіти в державну фіскальну службу, щодо соціальної складової діяльності – надання річного звіту тим, хто звертається за такою інформацією. Проте більшість СП не приділяють особливої уваги звітуванню щодо соціальної складової. Основними способами вимірювання впливу від своєї діяльності є такі: кількість працевлаштованих, попит і кількість осіб, які отримали допомогу.

У своїй повсякденній роботі соціальні підприємства стикаються з великим переліком труднощів, які умовно можна поділити на матеріальні та соціальні. У відповідь на пропозицію обрати три основні труднощі й у першому, й у другому виборі було названо нестачу коштів, третьою найголовнішою перешкодою виявився низький рівень соціальної свідомості, нерозуміння з боку суспільства. Перешкоди соціального характеру включають і нестачу кваліфікованих кадрів і досвіду і відсутність поінформованості щодо ролі СП у суспільстві. Перешкоди матеріального характеру полягають у відсутності нормативно-правової бази діяльності, нестачі необхідного обладнання, приміщення, пільгових кредитів і можливості наймати висококваліфіковані кадри і достойно оплачувати їхню працю. Більшість підприємств відчувають, що є неконкурентоспроможними. У деяких з них ця проблема розв'язується шляхом держзамовлень. Більшість СП указали, що мають підтримку з боку органів місцевої влади.

Найважливішими факторами, які сприяють розвитку соціального підприємництва в Україні, є фінансування, пільгові кредити та кваліфіковані кадри. Аналогічно до ситуації з труднощами перелік факторів розвитку також є досить широким і його можна звести до соціальних і матеріальних факторів. Якщо серед соціальних домінують кваліфіковані кадри, професійний досвід і практики співпраці з державними та бізнес-структурами, то серед матеріальних є не лише пошук фінансування та грантів, нестача яких не дозволяє орендувати приміщення, закуповувати обладнання та розширяти бізнес, але й елементарна можливість отримати пільгові кредити.

Соціальних підприємців часто називають інноваторами, оскільки вони намагаються розв'язувати "старі" соціальні проблеми "новими" підприємницькими підходами. Це пов'язано, насамперед, з тим, що традиційний бізнес зайняв найбільш цікаві, з точки зору рентабельності, ніші, та особливістю соціальних груп, які опинилися в складних життєвих обставинах. Фактично, потрібно часом "поєднати непоєднане", аби отримати комерційний та соціальний/екологічний ефекти. Наприклад, організація "Ashoka" займається пошуком і підтримкою соціальних підприємців в усьому світі, які пропонують нестандартні рішення для соціальних проблем. Більшість дослідників пов'язують соціальне підприємництво з інноваціями і, навіть саме соціальне підприємництво називають інновацією в соціальній сфері, принаймні в країнах, де СП лише починає розвиватися. Передумовами інноваційної діяльності в соціальній сфері України є:

Нааявність ресурсів, які не цікаві традиційному бізнесу.

Представники вразливих груп населення. Як правило, працевлаштування таких людей несе певні ризики для компаній, або вимагає додаткового інвестування для пристосування робочого місця до особливостей таких працівників. Така велика кількість незадіяних ресурсів спонукає або їх самих, або тих, кому не байдужі ці люди, створювати проекти для виживання в складних умовах.

Іншими ресурсами можуть бути наявні в громаді споруди, які не використовуються, ландшафтні об'єкти, водойми тощо.

Про збільшення кількості громадських організацій та їхню "всесвітню мобілізацію" Д. Борнштейн [15] у своїй книзі виділяє шість причин такого явища:

1. "Всесвітня мобілізація" відбувається в досі нечуваних масштабах.

2. Організації діють по усьому світу і характеризуються більшим різноманіттям напрямів діяльності, ніж раніше.

3. Усе частіше ми бачимо організації, які не є фрагментарними, а розвивають системні підходи до розв'язання проблем.

4. Громадські організації все менше залежать від церкви, держави, і, по суті, здійснюють значний вплив на владу.

5. Вони налагоджують партнерські стосунки з підприємствами, навчальними закладами й урядами, займаються формуванням нових ринків, відкривають гібридні соціальні підприємства, розробляють способи розв'язання тих чи інших проблем, певною мірою змінюючи принципи функціонування урядів.

6. Через природну конкуренцію, яка починається після "відкриття брами" і появи нових гравців, третій сектор відчуває позитивний вплив підприємництва, посилення конкуренції, посилення кооперації, зростання продуктивності.

Громадські організації в Україні дбають про диверсифікацію джерел доходів і розглядають соціальне підприємство як можливий напрям фінансування статутної діяльності. Через зазначені Д. Борнштейном причини вітчизняні організації мають можливість спостерігати тисячі успішних прикладів соціального підприємництва в усьому світі й не відставати від сучасних тенденцій.

Наявність джерел, де можна почерпнути новації.

Тут слід зазначити не лише про наявність джерел, а й про легкість і доступність інновацій, які можна використовувати для започаткування соціального підприємства. Серед джерел можна виокремити такі:

Іноземні соціальні підприємства, про які пишуть у підручниках, дослідженнях, засобах масової інформації, та які мають власні інтернет-сторінки;

Міжнародні організації, які працюють в Україні й популяризують соціальне підприємство через проведення тренінгів, стажувань, видання матеріалів і грантову підтримку, наприклад програма UCAN за підтримки USAID, Британська Рада в Україні, Міжнародний фонд "Відродження", Німецький Дитячий Фонд, Програма розвитку ООН, Міжнародна організація з міграції, ОБСЄ та багато інших;

Спеціалізовані центри підтримки та розвитку соціального підприємництва, які працюють в усьому світі і в Україні зокрема;

Будь-які громадські чи благодійні організації, які займаються розв'язанням соціальних проблем;

Наукові конференції, круглі столи, семінари, форуми, стажування та інші події, покликані представляти кращий досвід у розв'язанні соціальних проблем;

Спеціалізована література про соціальну сферу та підприємство;

Навчальні програми, курси, тренінги, інші освітні заходи, які пропонуються в різних навчальних закладах для підготовки соціальних підприємців.

Отже, ці передумови в різних комбінаціях дають можливість створити унікальні підходи до розв'язання конкретних соціальних проблем.

Щодо типології інновацій, К. Смаглій [16] для соціальних підприємств запропонувала сім типів, скомбінувавши п'ять типів інновацій за Й. Шумпетером і два за Г. Дізом:

1. Створення нових продуктів чи послуг, які на ринку до цього не існували.

2. Доставка на ринок уже відомих товарів чи послуг за нижчою ціною.

3. Доставка вже відомих продуктів і послуг на нові ринки, представлені малозабезпеченими споживачами.

4. Використання праці вразливих груп населення для виготовлення вже відомих товарів чи послуг.

5. Створення дочірніх підприємств бізнес-компаніями для реінвестування їхніх надходжень до соціальних цілей.

6. Розробка і втілення нових шляхів залучення споживачів відомих товарів чи послуг до активної соціальної роботи.

7. Розробка нових моделей генерування прибутку від продажу давно відомих товарів чи послуг для забезпечення постійних фінансових надходжень та їхнього спрямування на реалізацію певних соціальних програм.

Запровадження інновації може забезпечити виживання на ринку і досягнення соціальної мети, для чого, власне, створюється соціальне підприємство.

Якими б не були розбіжності в тлумаченні соціального підприємництва, мета цієї діяльності – допомога суспільству. Це реальний механізм використання соціальних можливостей і розв'язання соціальних проблем. Чим більше людей про нього почує, тим більший ефект цей механізм буде створювати. Соціальному підприємству необхідно навчати людей допомагати один одному, а для цього потрібно передусім забезпечити належними інструментами для застосування його на практиці.

У нинішніх умовах ця тема дуже актуальна для України. Сучасні виклики українського суспільства, а саме військові дії та проблеми внутрішньо переміщених осіб створюють додаткові причини щодо активізації соціальних ініціатив. Тільки за офіційними даними станом на 2016 р. в Україні зареєстровано більше 1,7 млн внутрішньо переміщених осіб. Це люди, які потребують допомоги держави та суспільства. Соціальне ж підприємство може стати ефективною формою такої допомоги. На відміну від звичайної благодійності, соціальні підприємства – це сталі бізнесові механізми, які мають набагато більший вплив на існуючі проблеми та дозволяють ефективніше розподіляти фінансові ресурси.

Більше того, в Україні вже сьогодні існують умови, щоб здійснювати ефективне соціальне підприємство, запроваджуються програми фінансування таких проектів.

Список використаних джерел:

- Zahra S. Globalization of social entrepreneurship opportunities / S. Zahra, H. Rawhouser, N. Bhawe, D. Neubaum, J. Hayton // *Strategic Entrepreneurship Journal*. – 2008. – Vol. 2 (2). – P. 113–117.
- Cox A. Promises to the Poor: The Record of European development agencies / A. Cox, J. Healey. – *Poverty Briefs*. – Vol. 1. – 1998. – London, Overseas Development Institute. – 4 p.
- Salamon L. M. America's nonprofit sector: A Primer / L. M. Salamon, M. Lester. – N.Y.: The Foundation Center, New York, 1999. – 197 p.
- Lasprogata G. A. Contemplating enterprise: The business and legal challenges of social entrepreneurship / G. A. Lasprogata, M. N. Cotton // *American Business Law Journal*. – 2003. – № 41 (1). – P. 67–114.
- Drayton B. The citizen sector: becoming an entrepreneurial and competitive as business / B. Drayton // *California Management Review*. – № 44 (3). – 2002. – P. 120–132
- Thake S. Practical people, noble causes. How to support community based social entrepreneurs / S. Thake, S. Zadek // *New Economic Foundation*. – 1997. – 58 p.
- Dees J. G. Enterprising nonprofits / J. G. Dees // *Harvard Business Review*. – Vol. 76 (1). – 1998. – P. 55–66
- The Wharton Center. Social Entrepreneurs: Playing the Role of Change Agents in Society [Електронний ресурс]. – <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/social-entrepreneurs-playing-the-role-of-change-agents-in-society>. – Зарог. з екрану. – Мова англ.

9. Hoogendoorn B. What do we know about social entrepreneurship? An analysis of empirical research. / B. Hoogendoorn, H. P. Pennings, A. R. Thurik // International Review of Entrepreneurship. – Vol. 8 (2). – 2010. – P. 71–112.

10. Bravo C. Identifying Schools of Thought in Social Entrepreneurship / C. Bravo [Електронний ресурс]. – https://www.researchgate.net/publication/292967859_Identifying_Schools_of_Thought_in_Social_Entrepreneurship. – Загол. з екрану. – Мова англ.

11. Сила Т. Соціальна робота і сталий розвиток: в пошуках спільних векторів / Тетяна Іванівна Сила // Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія : зб. наук. праць. – 2013. – № 2(3). – С. 76.

12. Соціальне підприємництво в Україні. – Доступно з: <http://www.socialbusiness.in.ua/> – Назва з екрану.

13. Соціальне підприємництво в Україні : звіт за результатами дослідження / Наталія Гусак, Вікторія Кузнецова, Тетяна Стеценко. – К. :

Pact, Inc., Western NIS Enterprise Fund, Школа соціальної роботи НаУКМА, ГО "Молодіжний центр з трансформації соціальної сфери "СОЦІУМ XXI" 2016. – 45 с.

14. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань : Закон України від 15.05.03 № 755-IV (редакція від 01.01.17).

15. Борнштейн Д. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей / Дэвид Борнштейн; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 499 с.

16. Смаглій К. Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія. – К. : Видавничий дім "Києво-Могилянська Академія", 2014. – 207 с.

Надійшла до редколегії 20.11.18

М. Хмара, канд. экон. наук, доц

Киевский Национальный Университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

ИННОВАЦИОННАЯ СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Исследована суть, особенности и основные направления развития социального предпринимательства в Украине, его специфический характер и особенности в условиях сокращения бюджетного финансирования.

Ключевые слова: социальная ответственность субъектов предпринимательства, партнерство государства и бизнеса, ответственность государства перед бизнесом.

M. Khmara, PhD., Associate Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

INNOVATION SPECIFICITY OF A SOCIAL ENTERPRISE

The article explores the essence, features and main directions of the development of social entrepreneurship in Ukraine, its specific character and features in the context of reducing budget financing.

Key words: social responsibility of subjects of entrepreneurship, partnership of the state and business, state responsibility to business.

УДК 339.7.01

O. Anisimova, PhD. (economics), Junior researcher
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

INTERNATIONAL FINANCIAL THEORIES AND GLOBALIZATION

The article analyses international finance as the branch of economics that studies the dynamics of exchange rates, foreign investment, global financial system, and how these affect international trade. It also studies international projects, international investments and capital flows, and trade deficits. It includes the study of futures, options and currency swaps.

The article reviews several important theories in international finance including the Mundell-Fleming model, the optimum currency area (OCA) theory, as well as the purchasing power parity (PPP) theory. Whereas international trade theory makes use of mostly microeconomic methods and theories, international finance theory makes use of predominantly macroeconomic methods and concepts.

Key words: international finance, international financial theories, Mundell-Fleming model, optimum currency area (OCA) theory, purchasing power parity (PPP) theory.

Research problem. International finance studies the "system" within which people, businesses, governments, and other groups interact in the global economy. Specifically, international finance describes and explains the flows of payments between countries, but, in explaining those payments, international finance inevitably examines how these payments are related to the overall performance of economies and the human societies they inhabit. Specifically, international finance focuses on many types of international transactions between individuals, firms, banks, governments, groups, and organizations in the global economy. These financial flows therefore provide an indication of how dependent we are on foreigners for our daily existence. The study of international finance examines how institutions, such as those that were designed at the Bretton Woods Conference, enable the international monetary system to effectively advance international specialization, risk sharing, and technological progress. And more fundamentally, international finance uses models from open-economy macroeconomics to examine how the international financial system affects all macroeconomic variables that economists normally use to evaluate, explain, and influence the performance of the economic system.

We have relatively few proven theories that can be applied to numerous outcomes and problems in international finance. The financial system that emerged after World War II worked well enough to permit the world economy to recover from the war, and allowed many economies to enter a long and sustained period of rapid economic growth. However, the pegged exchange rates that distinguished the system ultimately proved to be unworkable, and the Bretton Woods system was replaced with another system in 1973.

Economists continued to learn, and policymakers amended their economic policies. Yet, the new system was not able to establish conditions that led to consistent improvements in people's lives. Income disparities across countries grew, and even within most national economies, income distributions became less equal. The mixture of floating and managed exchange rates that characterized the post-Bretton Woods system caused numerous financial crises and deep recessions in many developing countries. Subsequently in 2008, a severe financial crisis and recession spread throughout the entire world, creating the fear of another Great Depression.

International economics is growing in importance as a field of study because of the rapid integration of international economic markets. Increasingly, businesses,