

УДК 338.246.8:334.72:364](477)
JEL Classification H56, O20, I38
DOI 10.33111/sedu.2024.54.017.030

Гребешкова Олена Миколаївна*
Маринюк Сергій Іванович**
Кондратюк Катерина Миколаївна***

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПАТЕРН РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. У статті досліджується соціальне підприємництво як стратегічний патерн розвитку української економіки. Автори аналізують сучасний стан соціального підприємництва в Україні, його роль та вплив на вирішення нагальних суспільних проблем, таких як наслідки воєнних дій в Україні, безробіття, нерівність та екологічні виклики. Особливо увага приділяється тому, як соціальні підприємства можуть сприяти стійкому економічному розвитку та соціальній стабільності в умовах постійних економічних та політичних змін. У статті розглядається також міжнародний досвід та рекомендації для розвитку соціального підприємництва, які можуть бути корисними для українського контексту. Робота обґрунтовується на аналізі наукової літератури та емпіричних даних, що дозволяє зробити висновок про потенціал соціального підприємництва як ключового елементу у стратегічному розвитку України.

Ключові слова: соціальне підприємництво, бізнес, економіка, стратегія, інновації, інклюзія, суспільство, розвиток.

Вступ. Соціальне підприємництво, що поєднує в собі економічну діяльність з соціальними місіями, набуває все більшого значення як інноваційний інструмент для вирішення нагальних суспільних проблем, таких як бідність, безробіття, нерівність та екологічні виклики. В умовах постійних економічних та політичних змін, які супроводжують Україну останніми роками, соціальні підприємства можуть стати ключовими гравцями в процесі побудови стійкої та інклюзивної економіки, сприяючи соціальній стабільності та економічному зростанню.

У світовій літературі соціальне підприємництво вже давно стало об'єктом глибокого аналізу, що дозволило сформувати теоретичні основи та практичні рекомендації для розвитку цього інституту. Зокрема, ще у 1979 р. Арчі Б. Каррол

* **Гребешкова Олена Миколаївна** — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана; ORCID 0000-0002-6896-3941; grebeshkova@kneu.edu.ua

** **Маринюк Сергій Іванович** — комерційний директор ПОГ «Ресурсний центр Безбар'єрна Україна»; ORCID 0009-0000-5676-8594; s.marynyuk@gmail.com

*** **Кондратюк Катерина Миколаївна** — студентка ОПП «Підприємництво», Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, ORCID 0009-0001-6567-2022, kateryna.kondratiuk@kneu.ua

(Archie B. Carrol) у статті «Тривимірна концептуальна модель корпоративної ефективності» зосередив увагу наукової спільноти на таких питаннях, як-то: 1) що включає корпоративна соціальна відповідальність; 2) які соціальні проблеми має вирішити організація; 3) яка філософія або спосіб соціальної відповідальності організації [1]. На початку XXI ст. проблематика соціального підприємництва набула нового виміру в контексті пошуку раціональних способів його ресурсного забезпечення. У 2006 р. професор економіки з Бангладеш Муххамед Юнус отримав Нобелівську премію миру за зусилля зі створення економічного та соціального розвитку низу. Юнус належить ідея мікрокредитування [2], яка стала значною віхою у подоланні проблеми бідності в світі.

Згідно зі звітом «Стан соціального підприємництва: огляд глобальних даних 2013–2023» сьогодні у світі налічується близько 10 млн соціальних підприємств, які щороку генерують близько 2 трлн долю доходу та створюють майже 200 млн робочих місць. Соціальні підприємства також долають гендерний розрив: кожне друге соціальне підприємство у світі очолюють жінки, порівняно з кожним п'ятим у звичайних підприємствах [3].

Український контекст має специфічні особливості, які потребують детального вивчення та адаптації світового досвіду до місцевих умов. Зокрема, недостатньо дослідженими залишаються питання правового регулювання, фінансової підтримки та інституційного середовища для соціальних підприємств в Україні.

Слід визнати, що рівень наукового дослідження проблематики соціального підприємництва в Україні є відносно низьким, хоча інтерес до цієї теми неухильно зростає серед науковців та практиків.

У 2019 р. оприлюднено першу редакцію Зеленої книги соціального підприємництва в Україні, призначенням якої стало формування розуміння того, «що варто розуміти під соціальним підприємництвом, його суспільним впливом, червоними лініями у відносинах з інститутами влади та розширення суспільного розуміння про міру регулювання цього сектору в зарубіжних країнах, ЄС зокрема» [4]. Наступний етап прикладних досліджень – регіональні та національні обговорення зі стейкхолдерами, результати чого були викладені у другій редакції Зеленої книги. У 2020 р. опубліковано Білу книгу соціального підприємництва в Україні, яка описує першочергові завдання та можливу логіку дій уряду України в галузі розвитку соціального підприємництва [5].

Огляд наукових публікацій вітчизняних дослідників останніх двох років дозволяє стверджувати, що актуальними аспектами вивчення проблематики соціального підприємництва в Україні є: інноваційність та реалізація цілей сталого розвитку; підтримання економічної безпеки; захист національних цінностей; розвиток інклюзивної економіки; інструментарій публічного управління; модель післявоєнного відновлення економіки. У наших попередніх публікаціях також піднімаються питання: економічних метрик для соціально-відповідального бізнесу [6]; практичні аспекти соціальної взаємодії зацікавлених сторін в освіті [7]; питання здатності соціального бізнесу вирішувати проблеми економіки України у воєнні часи [8; 9].

Постановка завдання. В Україні соціальні проблеми мають прирівнюватися до проблем стратегічного характеру на державному рівні. Проте, як показує практика, вирішувати соціальні проблеми лише із застосуванням адміністративних методів неможливо. Соціальне підприємництво поєднує соціальні та економічні ефекти для вирішення нагальних проблем суспільства.

Як свідчить світова практика, соціальне підприємництво починає розвиватися тоді, коли держава не в змозі відповісти на зростання потреб у соціальній сфері. В Україні системні проблеми держави у вирішенні складних соціальних питань стимулюють розвиток соціального підприємництва. Це стає реакцією громадян на нездатність офіційних структур самостійно контролювати ситуацію. Під час повномасштабної війни суспільний запит на соціальне підприємництво зріс до безпрецедентного рівня, адже кількість вразливих груп населення значно збільшилась.

За даними Міністерства соціальної політики України, в країні проживає 3 млн осіб з інвалідністю, 5 млн внутрішньо переміщених осіб і 4 млн людей, чий рідні захищають країну [10]. З роками кількість вразливих груп населення лише зростатиме, як зростає й необхідна допомога у працевлаштуванні, соціалізації та реінтеграції таких осіб.

Перспективи соціального підприємництва в Україні є очевидними. Адже такі бізнеси мають утворити основу для формування соціально орієнтованої економіки, спрямованої на досягнення стійкого, інклюзивного та конкурентоспроможного розвитку, враховуючи соціальні, екологічні та економічні аспекти.

Метою нашого дослідження є визначення ролі соціального підприємництва як стратегічного патерну розвитку української економіки. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання: проаналізувати сучасний стан та передумови розвитку соціального підприємництва в Україні та світі; визначити ключові чинники, що впливають на ефективність соціальних підприємств в українському контексті; оцінити правові та інституційні умови для розвитку соціального підприємництва в Україні; розробити рекомендації щодо підвищення ефективності та конкурентоспроможності соціальних підприємств в Україні.

Результати. Основне призначення соціального підприємництва – це вирішення соціальних проблем суспільства внаслідок підприємницької активності самих громадян. Згідно з дослідженням компанії «Active Group», проведеного за підтримки Future Research Foundation у жовтні 2023 р., українці вважають що основними проблемами в Україні є війна з рф та корупція. Чимала частка опитаних респондентів згадали про соціальні проблеми – безробіття, еміграцію, погіршення умов ведення бізнесу та соціальну підтримку (рис. 1). Отже, соціальні проблеми, які виникли в наслідок повномасштабного вторгнення рф, турбують українське суспільство та вимагають створення інструментів їх вирішення.

В Україні практика соціального підприємництва активно розвивається. Згідно Зеленої книги соціального підприємництва [4] до 2022 р. цей інститут пройшов кілька етапів свого становлення (рис. 2). Однак, на наше переконання, починаючи з 2022 року, коли Україна опинилася перед екзистенційною загрозою

внаслідок повномасштабного воєнного вторгнення РФ, соціальне підприємництво перейшло на якісно новий етап свого розвитку – етап стратегування, визначальні характеристики якого лише формуються.



Рисунок 1 — Результати дослідження громадської думки щодо поточних проблем України від 16-25 жовтня 2023 року

Джерело: наведено за [11].

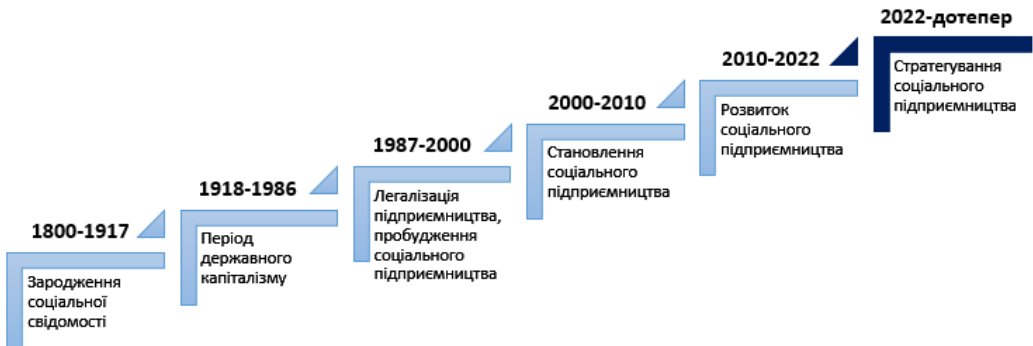


Рисунок 2 — Етапи розвитку соціального підприємництва в Україні

Джерело: складено авторами на основі [4].

Соціальне підприємництво слід розглядати як стратегічний патерн розвитку української економіки, під яким ми розуміємо упорядковану сукупність структурних та динамічних елементів, які впливають на формування економічної політики, інвестиційні рішення, інновації та технологічний прогрес. Стратегічний патерн розвитку економіки відображає як заплановані, так і виникаючі (емерджентні) стратегії, які реалізуються внаслідок взаємодії різних економічних агентів та непередбачуваних

факторів. У такому контексті соціальне підприємництво має виконувати місію забезпечення конкурентних переваг окремих економічних суб'єктів та економіки в цілому економіки на різних рівнях — глобальному, регіональному, національному, галузевому/секторальному, місцевому (рис. 3).



Рисунок 3 — Концептуальне уявлення про соціальне підприємництво як стратегічний патерн розвитку економіки

Джерело: авторська розробка.

Ураховуючи завдання, які призвані вирішувати інститут соціального підприємництва в Україні у воєнний та повоєнний періоди, пропонуємо виділити такі його моделі:

- «соціальна чутливість» — здатність реагувати на соціальні потреби та запити окремих людей, їх груп та суспільства в цілому, що може проявлятися в окремих ініціативах соціального характеру;
- «соціальна інноваційність» — генерування нових продуктів та рішень задля вирішення окремих соціальних проблем;
- «соціальна візійність» — свідоме та цілеспрямоване формування бізнесу як соціально орієнтованого;
- «соціальна функціональність» — виконання функцій соціально-відповідального бізнесу з відповідними трансформаціями в його структуризації;
- «соціальна резильєнтність» — здатність ефективно реагувати на несподівані соціальні виклики та кризи, а також адаптуватися до змінних умов та підтримувати свою функціональність і цілісність в довгостроковій перспективі;
- «соціальна проактивність» — активна позиція та поведінка, спрямовані на передбачення, запобігання та ефективне реагування на соціальні виклики та проблеми, внаслідок чого відбувається трансформація соціального простору.

Кожна з цих соціо-моделей не є чітко визначеною та такою, що виключає інші формати соціальної поведінки економічних суб'єктів. Однак, як нам уявляється,

ці моделі мають певну «ієрархічність» їх реалізації, що проявляється у поступовому розгортанні соціальної складової економічної системи від підприємливості до результативності за певних динамічних макроумов (див. рис. 3).

Безумовно, представлений концептуальний погляд на стратегічну роль соціального підприємництва в економіці потребує подальшого вивчення та уніфікації понятійного апарату цієї дослідницької сфери, що є одним з визнаних бар'єрів на шляху формування єдиної теорії соціального підприємництва.

За звітом «The State of Social Enterprise 2024» [3], трактування соціального підприємництва варіюється між країнами та залежно від контексту. До пулу термінів, якими позначаються складові екосистеми соціального підприємництва, включаються «соціальне підприємство», «соціальний бізнес», «соціальне підприємство», «соціальна інновація», «соціальна економіка» та «економіка соціальної солідарності». Актори можуть одночасно ідентифікувати себе з декількома з них. Більше того, деякі з цих понять можуть бути формально закріплені або не закріплені у нормативно-правовому полі країни. У табл. 1 наведено найпоширеніші визначення соціального підприємства та пов'язаних з ним понять.

Таблиця 1

НАЙПОШИРЕНІШІ ДЕФІНІЦІ ПУЛУ ПОНЯТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Поняття	Визначення	Джерело
Соціальне підприємство (Social enterprise)	Соціальні підприємства діють, надаючи товари та послуги для ринку в підприємницький та часто інноваційний спосіб, маючи соціальні та/або екологічні цілі як причину своєї комерційної діяльності. Прибутки переважно реінвестуються з метою досягнення їх суспільної мети. Їх метод організації та власності також слідує демократичним або учасницьким принципам або зосереджені на соціальному прогресі. Соціальні підприємства приймають різноманітні правові форми залежно від національного контексту	European Commission, Building an Economy that Works for People: An Action Plan for the Social Economy, 2021: https://www.socialeconomy.eu.org/wp-content/uploads/2021/12/Building-an-economy-that-works-for-people-an-action-plan-for-the-social-economy.pdf
Соціальний бізнес (Social business)	Компанія без збитків та дивідендів, повністю зосереджена на досягненні соціальної мети	Yunus, Muhammad, Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs, PublicAffairs, 2010.
	Підприємство, основною метою якого є досягнення соціального впливу, а не генерація прибутку для його власників або зацікавлених сторін	European Commission, "Social Business Initiative: Creating a Favourable Climate for Social Enterprises, Key Stakeholders in the Social Economy and Innovation", 2011: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2012-0305_EN.html

Продовження табл. 1

Поняття	Визначення	Джерело
Соціальне підприємство (Social entrepreneurship)	Особи та організації, які займаються соціальним підприємництвом, використовують підприємницькі дії для розробки інноваційних способів вирішення нагальних соціальних викликів, приносять користь загальному благу, підтримують інтеграцію в ринкові відносини праці та сприяють сталому та інклюзивному переходу. Відповідно, соціальне підприємництво не відображає конкретного типу підприємства, а скоріше є широким спектром суб'єктів, що варіюються від прибуткових бізнесів, які займаються соціальною діяльністю, такої як корпоративна філантропія, та гібридних бізнесів, які поєднують прибуткові мотивації і соціальні цілі, до неприбуткових організацій, а також навіть підприємств, які очолюються державним сектором	Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), What is the Social and Solidarity Economy? A Review of Concepts, 2023: https://www.oecd.org/publication/s/what-is-the-social-and-solidarity-economy-a-review-of-conceptsdcb7878d-en.htm .
Соціальна інновація (Social innovation)	Проектування та впровадження нових рішень, що передбачають концептуальні, процесуальні, продуктові або організаційні зміни, які в кінцевому підсумку мають на меті покращення добробуту та благополуччя окремих осіб та спільнот.	OECD, «Social Innovation»: https://www.oecd.org/cfe/leed/social-economy/social-innovation.htm#:~:text=Social%20innovation%20refers%20to%20the,wellbeing%20of%20individuals%20and%20communities
Соціальна економіка (Social economy)	Соціальна економіка включає кілька моделей з загальною амбіцією створити більш інклюзивну та сталу економічну парадигму. Вона складається з високо гетерогенного набору приватних акторів, включаючи асоціації, кооперативи, фонди, неприбуткові організації, добровільні групи та соціальне підприємство	World Economic Forum, Unlocking the Social Economy – Towards an Inclusive and Resilient Society, 2022: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Unlocking_the_Social_Economy_2022.pdf .
Економіка соціальної солідарності (Social and solidarity economy)	Економіка соціальної солідарності охоплює підприємства, організації та інші суб'єкти, які займаються економічною, соціальною та екологічною діяльністю для служіння колективним та/або загальним інтересам, які базуються на принципах добровільної співпраці та взаємодопомоги, демократичного та/або учасницького управління, автономії та незалежності та пріоритетності людей та соціальної мети над капіталом у розподілі та використанні надлишків та/або прибутків, а також активів, що суб'єкти економіки соціальної солідарності прагнуть до	United Nations General Assembly, “Promoting the Social and Solidarity Economy for Sustainable Development” (A/RES/77/281), 2023: https://digitallibrary.un.org/record/4009889?v=pdf

Закінчення табл. 1

Поняття	Визначення	Джерело
	довгострокової життєздатності та стійкості та до переходу від неформальної до формальної економіки та діють у всіх секторах економіки, що вони втілюють у практику набір цінностей, які є невід’ємними для їх функціонування та узгоджені з турботою про людей та планету, рівністю та справедливістю, взаємозалежністю, самоврядуванням, прозорістю та відповідальністю та досягненням гідної праці та засобів до існування та що, відповідно до національних обставин, економіка соціальної солідарності включає кооперативи, асоціації, взаємні товариства, фонди, соціальні підприємства, самодопоміжні групи та інші суб’єкти, які діють відповідно до цінностей та принципів економіки соціальної солідарності	

Джерело: [3, с. 27-28].

Окрім наведених у табл. 1 також поширені інші терміни: інклюзивний бізнес (inclusive business), внутрішнє підприємство (impact enterprise), місіонерський бізнес (missionled business), цілеспрямований бізнес (purpose-led business), колаборативна економіка (the collaborative economy), нова економіка (the new economy), народна економіка (the popular economy), економіка загального блага (the economy for the common good) тощо [3, с. 28].

Серед суттєвих проблем, які гальмують розвиток соціального підприємництва, – правова невизначеність, непрозорість та створення умов для зловживань при отриманні грантів, кредитів та інших пільг. Через це суб’єктам соціального підприємництва важко завоювати необхідну для успішної діяльності довіру з боку громадськості та влади.

Основна перешкода на шляху до розвитку потенціалу соціального підприємництва в Україні полягає у тому, що поняття «соціальне підприємництво» досі не закріплене на законодавчому рівні. Однак, були спроби щодо урегулювання сфери соціального підприємництва. Ще у 2012 р. був підготовлений проект Закону України «Про соціальні підприємства», що правда, прийнятим він не був. Перший законопроект вводив поняття «соціальне підприємство» та визначав критерії, за якими підприємство могло бути визнане «соціальним». Іншим законопроектом пропонувалося звільняти соціальні підприємства від оподаткування прибутку, отриманого від продажу (постачання) товарів та виконання соціальних робіт та послуг.

У 2019 р. соціальне підприємництво було офіційно зазначене на національному рівні у двох постановках Ради Міністрів України. Першим розпорядженням затверджено план заходів щодо реалізації стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 р., в якому окремим пунктом передбачено «проведення дослідження стану розвитку соціального підприємництва в Україні та підготовка пропозицій щодо розроблення проєктів нормативно-правових актів щодо підтримки соціального підприємництва з урахуванням кращого міжнародного досвіду». Іншим розпорядженням «Про затвердження плану заходів на 2019 р. щодо реалізації Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016-2020 роки» [12] передбачено «сприяння проведенню, зокрема через інфраструктуру підтримки малого і середнього підприємництва, навчальних курсів, тренінгів та інформаційної кампанії з питань розвитку соціального підприємництва із залученням інститутів громадянського суспільства». У чинній Програмі діяльності Кабінету Міністрів України (Постанова КМУ 12 червня 2020 р. №47115) [13] соціальне підприємництво згадується у розділі 10.4. Підтримка осіб з інвалідністю: «Введення нових механізмів сприяння працевлаштуванню та зайнятості осіб з інвалідністю, в тому числі шляхом розвитку соціального підприємництва та започаткування ними власної справи». Регіональна політика щодо розвитку соціального підприємництва здебільшого сформульована в обласних програмах розвитку малого та середнього підприємництва.

Соціальний бізнес розвивається дуже стрімко. Звичайно, це породжує проблеми. За результатами опитування соціальних підприємців, проведеного у 2020 р. групою експертів у галузі права, економіки та соціально-політичних наук для проєкту «EU4Youth - Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні» [14], більшість соціальних підприємців відповіли, що відкрити власний бізнес було важко. В основному це вплинуло на складність формування стартового капіталу та відсутність фінансових ресурсів, про що зазначили 24 %. 17% соціальних підприємств стикаються з проблемами через ринкову конкуренцію з боку громадських некомерційних організацій. Обмежені соціальні очікування та недовіра населення були перешкодами для роботи 11 % соціальних підприємств. Розвиток 10 % соціальних підприємств гальмується відсутністю або відсутністю знань і навичок управління бізнесом. Для 9 % соціальних підприємств перешкодою є низька оплата праці працівників, а також малі та непідготовлені ринки, труднощі з підбором та навчанням персоналу, низька мотивація та бюрократичні перешкоди [14].

Соціальне підприємництво сьогодні діє в рамках малих і середніх підприємств або стало засобом самофінансування державних установ та інших некомерційних організацій. Якщо проаналізувати соціальні підприємства України у розрізі їх організаційно-правової форми, то більшість з них мають організаційну форму діяльності таких суб'єктів економіки: фізичні особи-підприємці (ФОП) — 26 %, приватне підприємство — 16 % і громадська організація — 14 %. Соціальні підприємці також реєструють свою діяльність в таких формах: товариства з обме-

женою відповідальністю — 13%, сільськогосподарського кооперативу — 10 % та інші [14]. Можливостей для залучення представників великих компаній до соціального підприємництва ще не створено.

У стратегічному контексті важливим є визначення ключових факторів успіху (КФУ) у заснуванні соціально-орієнтованого підприємства. Серед таких вважаємо за можливе виділити такі:

1. Емпатія. Розуміння унікальних потреб та викликів, з якими зіштовхуються люди, що належать до вразливих груп, є необхідним для створення програм та послуг, які відповідають їхнім потребам.

2. Компетентність. Наявність кваліфікованих фахівців, які мають не лише знання у сфері соціальної роботи, але й розуміння принципів функціонування бізнесу.

3. Партнерство з місцевими організаціями та урядовими структурами. Співпраця з місцевою владою, ветеранськими асоціаціями та іншими соціальними організаціями може забезпечити доступ до ресурсів, фінансування та інших форм підтримки.

4. Фінансова стійкість і джерела фінансування. Забезпечення стійкого фінансування є важливим для довгострокового успіху підприємництва.

5. Маркетинг і просування. Розробка ефективної маркетингової стратегії допоможе привернути увагу зацікавлених осіб до потреб соціально-вразливих груп.

6. Залучення і підтримка громадськості, що може допомогти збільшити усвідомлення проблем ветеранів та втілення місії такого підприємства.

7. Творчість та інновації. У соціальному підприємстві інновації та творчість відіграють ключову роль. Здатність привносити нові ідеї, концепції та підходи допомагатиме відрізнятись від конкурентів та залучати увагу аудиторії.

8. Навчання та розвиток персоналу. У соціальному підприємстві важливо мати команду, яка постійно вдосконалює свої навички та знання.

Соціальне підприємництво — це унікальне явище поєднання соціальної місії з комерційним аспектом отримати прибуток. Раніше вважалось, що поєднати альтруїстичний ідейний напрямок та практичне завдання підприємництва є нереальним. Проте соціальне підприємництво доводить протилежне.

Війна змусила по-новому поглянути на соціальну відповідальність. Це не просто етичний аспект, а реальний інструмент для вирішення нагальних проблем українського суспільства. Дослідження Gradus Research чітко демонструє: перед будь-якою покупкою 44 % українців звертають увагу на те, чи допомагає бізнес армії, а для 21 % громадян є важливою волонтерська діяльність працівників та керівництва компанії [15]. Соціальність для українців — це не просто тренд, а свідомий вибір, який ґрунтується на патріотизмі та відповідальності. Українці очікують від бізнесу не лише якісних товарів та послуг, але й активної позиції у подоланні наслідків війни.

Соціологічне дослідження щодо сприйняття людей з інвалідністю, проведене соціологічною групою «Рейтинг» в рамках проекту «Центр експертизи у сфері прав людей з інвалідністю» доводить, що хоча 90% згодні з тим, що люди з інва-

лідністю можуть вести активне життя, як і люди без інвалідності, схоже, що відповіді давалися з урахуванням соціальної бажаності, намаганням представити себе з найкращого боку [16]. Хоча респонденти стверджують, що почуваються комфортно і підтримують інтеграцію людей з інвалідністю, показники соціальної стигми відображають іншу реальність, вказуючи на невідповідність між задекларованою позицією і реальним ставленням суспільства, яке не завжди готове прийняти ветеранів, у тому числі з інвалідністю, пов'язаною з війною.

У 2021 р. прийнята Національна стратегія зі створення безбар'єрного простору в Україні до 2030 року. Ідея безбар'єрності – ще одне поле розвитку соціального підприємництва, що передбачає «загальний підхід до формування та імплементації державної політики для забезпечення безперешкодного доступу всіх груп населення до різних сфер життєдіяльності» [17]. Серед завдань, на вирішення яких спрямовано створення в Україні безперешкодного середовища, – «забезпечення рівних можливостей кожній людині реалізовувати свої права, отримувати послуги на рівні з іншими шляхом інтегрування фізичної, інформаційної, цифрової, соціальної та громадянської, економічної та освітньої безбар'єрності до всіх сфер державної політики» [17].

Соціально-орієнтоване підприємство також створює робочі місця для вразливих груп населення, забезпечуючи їх працевлаштування й можливість мати фінансову стабільність, так і інших людей. Створення єдиної системи подібних підприємств, налагодження партнерства між ними та співпраці з іншими зацікавленими суб'єктами є важливим заради генерування подібних ініціатив, поширення інформації про соціальні проблеми ветеранів, осіб з інвалідністю та інших вразливих верств населення, генерація способів та нових підходів у їх вирішенні. Цей підхід вимагає тренування емпатії, розвитку навичок у сфері комунікації, розуміння усіх особливостей роботи в новій галузі, нарешті – формування в суспільстві культури соціальної відповідальності. Для вирішення цього комплексного завдання необхідно шукати адекватні моделі розгортання соціального підприємництва у стратегічній перспективі.

Висновки. Соціальне підприємництво має стати трендом соціально-економічного розвитку України у повоєнний час, оскільки має потенціал часткового виконання соціальної функції держави, забезпечення соціальних прав і свобод населення, економічне зростання місцевих громад й країни в цілому. Покращення психологічного здоров'я та працевлаштування ветеранів та інших вразливих груп населення може призвести до зменшення їхньої залежності від державних соціальних програм та послуг.

Представлений концептуальний погляд на соціальне підприємництво як стратегічний патерн розвитку української економіки призваний розширити дослідницькі горизонти в царині перспективного розвитку нашої країни на основі поєднання сучасної економічної теорії, теорії підприємництва та стратегічного управління.

Література

1. Carroll Archie B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. 1979. AMR. № 4. P. 497–505. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>.
2. Yunus Muhammad Banker to the Poor: Micro-Lending and the Battle Against World Poverty, Public Affairs; 2003.
3. The State of Social Enterprise: A Review of Global Data 2013–2023. World Economic Forum, LifeBank, 2024. URL: <https://www.weforum.org/publications/the-state-of-social-enterprise-a-review-of-global-data-2013-2023/> (дата звернення 30.04.2024).
4. Соціальне підприємництво в Україні. Зелена книга. Під загальною редакцією Валерія Кокотя. К., 2020. 89 с. URL: <https://www.prostir.ua/?library=zelenaknyha-sotsialnoho-pidpryjemnytstva-druha-redaktsiya> (дата звернення 30.04.2024).
5. Розвиток соціального підприємництва в Україні. Біла книга. Під загальною редакцією Валерія Кокотя. К., 2020. 98 с. URL: <https://crsp.te.ua/baza-znan/books/more-books> (дата звернення 29.04.2024).
6. Hrebeshkova O. Development of Corporate Social Responsibility Metrics Based on the Stakeholders Theory. Zeszyty Naukowe Politechniki Czestochowskiej. Zarzadzanie. 2016. Nr 23 t. 2. P. 16-26. DOI: <https://doi.org/10.17512/znpcz.2016.3.2.02>
7. Гребешкова О.М. Соціальні проекти в освіті: українська практика та стратегічні перспективи. Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний досвід: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травн. 2018 р. Київ: КНЕУ, 2018. С. 42-45.
8. Гребешкова, О. М., Кондратюк К.М. Соціальне підприємництво у забезпеченні резильєнтності економіки України. *Стратегія економічного розвитку України*. 2023. Вип. 53. С. 5-18. DOI: <https://doi.org/10.33111/sedu.2023.53.005.018>
9. Давидкова К. М., Оберемчук В. Ф. Концептуальне підґрунтя розвитку соціального підприємництва та виклики сьогодення. Стратегія економічного розвитку України. 2023. Вип. 51. С. 5–18. DOI: <https://doi.org/10.33111/sedu.2022.51.005.018>.
10. “Україна – держава, де людина – на першому місці” – виступ Міністерки соціальної політики України Оксани Жолнович на форумі «Україна. Рік 2024». 26 Лютого 2024. URL: <https://www.msp.gov.ua/news/23567.html> (дата звернення 28.04.2024).
11. Соціологічне дослідження: досягнення та проблеми в Україні очима українців. «Active Group» за підтримки «Future Research Foundation». (16-25 жовтня 2023). URL: https://activegroup.com.ua/wp-content/uploads/2023/11/211029_problems-and-who-is-to-blame.pdf (дата звернення 28.04.2024).
12. Про затвердження плану заходів на 2019 рік щодо реалізації Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016-2020 роки: План заходів: станом на 14 серпня 2019 р. *Офіц. вид. Офіційний вісник України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/657-2019-p>. (дата звернення 17.04.2024).
13. Програма діяльності Кабінету Міністрів України: станом на 12 червня 2020 р. Кабінет Міністрів України. *Офіційний портал Верховної Ради України*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-programi-diyalnosti-kabinetu-ministriv-t120620> (дата звернення 30.04.2024).
14. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз EU4YOUTH – Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні. 2020. URL: https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine_ukrainian_0.pdf (дата звернення 30.04.2024).
15. Назарчук В. Соціальне підприємництво в умовах війни: ліки чи плацебо? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/01/9/70856> (дата звернення 30.04.2024).

16. Національне соціологічне дослідження: про сприйняття людей з інвалідністю в Україні. 2023. URL: https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_los_112023_press.pdf (дата звернення: 15.02.2024).

17. Національна стратегія із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2021 р. № 366-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/366-2021-%D1%80#Text> (дата звернення 30.04.2024).

References

1. Carroll, Archie B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *AMR*, 4 (1979): 497–505, <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>.
2. Yunus, Muhammad. *Banker to the Poor: Micro-Lending and the Battle Against World Poverty*. Public Affairs, 2003.
3. The State of Social Enterprise: A Review of Global Data 2013–2023. World Economic Forum, LifeBank, 2024. <https://www.weforum.org/publications/the-state-of-social-enterprise-a-review-of-global-data-2013-2023/> (accessed 30.04.2024).
4. *Social entrepreneurship in Ukraine. Green book* / Ed. Valery Kokotyа. Kyiv, 2020. <https://www.prostir.ua/?library=zelena-knyha-sotsialnoho-pidpryjemnytstva-druha-redaktsiya> (accessed 30.04.2024).
5. *Development of social entrepreneurship in Ukraine. White book.* / Ed. Valery Kokotyа. Kyiv, 2020. <https://crsp.te.ua/baza-znan/books/more-books> (accessed 29.04.2024).
6. Hrebeshkova, O. "Development of Corporate Social Responsibility Metrics Based on the Stakeholders Theory". *Zeszyty Naukowe Politechniki Czestochowskiej. Zarzadzanie* Nr 23 t. 2 (2016): 16-26. <https://doi.org/10.17512/znp cz.2016.3.2.02>
7. Hrebeshkova, O. M. "Social projects in education: Ukrainian practice and strategic perspectives". Social entrepreneurship: theory, practice and international experience: collection. materials of the International science and practice conference, May 18 2018. Kyiv: KNEU, 2018: 42-45.
8. Hrebeshkova, O., Kondratiuk K. "Social entrepreneurship in security resilience of the economy of ukraine". *Strategy of Economic Development of Ukraine*, 53 (2023): 5–18. <https://doi.org/10.33111/sedu.2023.53.005.018>.
9. Davydkova, K., Oberemchuk V. "the conceptual basis of the development of social entrepreneurship and nowadays challenges". *Strategy of Economic Development of Ukraine* 51 (2023): 5-18. <https://doi.org/10.33111/sedu.2022.51.005.018>.
10. "Ukraine is a state where people come first" - speech by the Minister of Social Policy of Ukraine Oksana Zholnovich at the forum "Ukraine. The year is 2024." February 26, 2024. <https://www.msp.gov.ua/news/23567.html> (accessed 28.04.2024).
11. Sociological research: achievements and problems in Ukraine through the eyes of Ukrainians. "Active Group" with the support of "Future Research Foundation". (October 16-25, 2023). https://activegroup.com.ua/wp-content/uploads/2023/11/211029_problems-and-who-is-to-blame.pdf (accessed 28.04.2024).
12. On the approval of the 2019 action plan for the implementation of the National Strategy for Promoting the Development of Civil Society in Ukraine for 2016-2020: Action plan: as of August 14, 2019. Official. kind. Official Gazette of Ukraine. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/657-2019-p>. (accessed 17.04.2024).
13. Activity program of the Cabinet of Ministers of Ukraine: as of June 12, 2020. Cabinet of Ministers of Ukraine. The official portal of the Verkhovna Rada of Ukraine.

<https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-programi-diyalnosti-kabinetu-ministriv-t120620> (accessed 30.04.2024).

14. Social entrepreneurship in Ukraine. Economic and legal analysis of EU4YOUTH – Unveiling the potential of young social entrepreneurs in Moldova and Ukraine. 2020. https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine_ukrainian_0.pdf (accessed 30.04.2024).

15. Nazarchuk, V. “Social entrepreneurship in the conditions of war: medicine or placebo?”. <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/01/9/70856> (accessed 30.04.2024).

16. National sociological survey: on the perception of people with disabilities in Ukraine. (2023). https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_los_112023_press.pdf (accessed 15.02.2024).

17. National strategy for creating a barrier-free space in Ukraine for the period until 2030. Approved by order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated April 14, 2021 No. 366. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/366-2021-%D1%80#Text> (accessed 30.04.2024).

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A STRATEGIC PATTERN FOR THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN ECONOMY

Olena M. Hrebeshkova

PhD, Associate Professor,
Business Economics and Entrepreneurship Department,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (Ukraine)
ORCID 0000-0002-6896-3941

Sergiy I. Marynyuk

Commercial Director, ECA „Barrie Free Ukraine” (Ukraine)
ORCID 0009-0000-5676-8594

Kateryna M. Kondratiuk

student of the Bachelor`s program “Entrepreneurship “,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, (Ukraine)
ORCID 0009-0001-6567-2022

Abstract. This article explores social entrepreneurship as a strategic pattern for the development of the Ukrainian economy. The authors analyze the current state of social entrepreneurship in Ukraine, its role and impact on addressing urgent social issues such as poverty, unemployment, inequality, and environmental challenges. Special attention is given to how social enterprises can contribute to sustainable economic development and social stability amidst continuous economic and political changes. The article also examines international experiences and recommendations for the development of social entrepreneurship that can be beneficial for the Ukrainian context. The study is based on the analysis of scientific literature and empirical data, which allows the conclusion the potential of social entrepreneurship as a key element in the strategic development of Ukraine.

Keywords: social entrepreneurship, economy, strategy, innovation, inclusion, social sensitivity, business, society