

УДК 334.722:364.46:332.122(477)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/38.24>**Нестерчук Ю.О.**

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри підприємництва та бізнес-технологій
Уманський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7085-2979>

Соколюк І.Ю.

аспірант
Уманський національний університет;
провідний інженер відділу ринкових механізмів і структур
Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень
Національної академії наук України»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4380-2156>

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

В статті досліджено та проаналізовано розвиток соціального підприємництва в Україні. Визначено сфери діяльності та напрями, що є привабливими для створення такого виду підприємницьких ініціатив. Узагальнено особливості створення та розвитку даного виду підприємництва за умов недосконалості нормативно-правового поля та сучасних умов соціально-економічного розвитку. Установлено, що в період війни відбулися трансформаційні зміни. Зокрема, перехід до оборонної підтримки, підвищення ролі логістики, розвитку системної ветеранської реінтеграції, інноваційного фандрейзингу. Окреслено напрями діяльності соціальних підприємств та визначено основні групи населення та їх потреби, що потребують уваги з боку держави в плані соціального забезпечення, зокрема в контексті відродження та розвитку сільських територій. Визначено, що особливе значення розвиток соціального підприємництва в Україні матиме для сталого розвитку сільських територій та сільського господарства, зокрема.

Ключові слова: соціальне підприємництво, відродження сільських територій, сталий розвиток сільського господарства, інноваційний фандрейзинг.

Постановка проблеми. Соціальне підприємництво, як окреме економічне явище, в Україні є відносно новим. Перші спроби започаткування таких проєктів почалися в кінці 1990-х років ХХ століття – на початку 2000-х років ХХІ століття. Основними стимуляторами стали: незадовільний стан соціального забезпечення населення, недосконала соціальна політика держави, що негативно позначилася на усіх сферах економіки.

Не дивлячись на те, що в країні відбувалися масштабні зміни та політичні потрясіння, першим вагомим поштовхом до розвитку соціального підприємництва в Україні стали події 2013–2014 рр. (Революція Гідності, анексія Криму та напад РФ на сході України), в результаті яких в широкому вжитку українського соціуму з'явилися нові терміни, такі як антитерористична операція (АТО), внутрішньо переміщені особи (ВПО) тощо. З'явилась така категорія населення, як громадяни, що втратили майно або житло. З початком широкомасштабного вторгнення РФ у 2022 р. різко зросла кількість громадян, що були включені до вище вказаних категорій. Це спричинило певний поштовх до подальшого розвитку соціального підприємництва, зокрема в аграрному секторі. Так як виникла потреба у збереженні сільського господарства та відродженні сільських територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні наукові дослідження направлені на вивчення не лише сутності та механізму створення соціального підпри-

ємства (далі СП), але й на вивчення особливості використання для повоєнної відбудови економіки, що відображено у праці С. Бойди [1], Ю. Коваленко, В. Новак, Г. Гурина [10]. У праці Валюс Л.О., СП постає як багатогранне явище, що гармонійно поєднує гуманістичну мету з економічною самодостатністю [2]. Вагомім внесок у розвиток даної тематики зроблено Гурочкина В.В. та Ялинчук А.В., які, застосовуючи методи системного моделювання, розкривають, як моральні принципи можуть трансформуватися у вимірювані економічні результати [3]. У працях Демчук І., Теслиюка С.А. та інших дослідників соціальне підприємництво розглядається як рушійна сила відновлення, здатна створювати робочі місця та підтримувати найбільш уразливі групи населення в умовах війни [4]. Плиса В., Цюпка А., Мунтян Б. [8] вивчали питання фінансового забезпечення розвитку СП. В працях багатьох науковців соціальне підприємництво розглядається як рушійна сила відновлення, здатна створювати робочі місця та підтримувати найбільш уразливі групи населення в умовах війни.

Мета статті полягає в систематизації та обґрунтуванні значення та ролі соціального підприємництва (СП), визначенні перспектив розвитку як одного з основних інструментів забезпечення сталого розвитку в період повоєнного відновлення, зокрема на сільських територіях, що включає в себе класифікацію видів СП та аналіз існуючих програм/проєктів підтримки їх розвитку.



Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «соціальні підприємства» став широковживаним у Сполучених Штатах та Європі в період 1970-х–1980-х рр. Починаючи з тих часів, соціальні підприємства набули визнання в якості нової форми бізнесу, яка з метою вирішення соціальних проблем використовує ринкові механізми. На сьогоднішній день у світі функціонують мільйони соціальних підприємств. Такі бізнес-проекти відіграють вагомий роль у процесі вирішення двох завдань – досягнення цілей соціальної цінності та одержання прибутку. Важливість існування такого виду підприємств є особливою для ринків «Основи піраміди» – термін, що застосовується відносно мільярдів людей, що проживають у економічних секторах з низьким рівнем доходу. Зазвичай люди на цих ринках зіштовхуються з бідністю та пов'язаними з нею соціальними проблемами. До таких проблем можна віднести відсутність вільного доступу до їжі, чистої води, охорони здоров'я та освіти. Географічно ринки «Основи піраміди» можна спостерігати в країнах Африки на південь від Сахари, Південно-Східної Азії та Латинської Америки, а також у деяких частинах заможних країн, включно з Північною Америкою та Європою.

Україна частково належить до ринків «Основи піраміди», але не в цілому, а лише за окремими соціально-економічними сегментами населення. Після подій 2014 р., а особливо після повномасштабного вторгнення РФ у 2022 р., рівень бідності значно зріс. За даними Світового банку (2023), частка населення України, яке живе за межею бідності, зросла з 5 % у 2021 р. до 25–30 % у 2023 р. Переважна частина домогосподарств має низький рівень споживчих витрат і обмежений доступ до базових послуг, що наближає їх до критеріїв ринків «Основи піраміди» [5].

Соціальний бізнес – це унікальний вид підприємницької діяльності, який поєднує в собі отримання прибутку та вирішення невідкладних соціальних чи екологічних проблем. В умовах воєнних та післявоєнних загроз, які постали перед Україною, соціальний бізнес займає одне з визначальних місць, стаючи вирішальною рушійною силою для відновлення, що створює нові робочі місця та допомагає вразливим верствам населення.

Головна відмінність соціального бізнесу від традиційного підприємництва це його основна мета: досягнення економічного та/або соціального ефекту. Соціальний бізнес – це не благодійність, а повноцінна економічна модель. Згідно з концепцією, розробленою лауреатом Нобелівської премії Мухаммедом Юнусом, прибутки соціального бізнесу реінвестуються у розвиток соціальних проєктів, а не виплачуються власникам як дивіденди.

Соціальне підприємство, за дослідженнями науковців [1–4, 8, 10] має сприяти процесам розвитку економіки та суспільства, шляхом створення робочих місць, підтримки соціально відповідальних ідей та відповіді на зростаючий запит споживачів, які мають бажання підтримувати бренди, що роблять щось корисне для світу. На сільських територіях України СП покликані допомагати у вирішенні насамперед соціальних питань населення, що мешкає в сільській місцевості. Такі підприємства повинні сприяти розвитку інфраструктури села, покращенню умов життя і праці місцевих мешканців.

Більшість потужних підприємств, що є лідерами світових ринків у своєму сегменті діяльності, окремим напрямом своєї діяльності декларують певні проєкти

соціального спрямування, або беруть участь у деяких глобальних міжнародних соціальних ініціативах [5]. Така ситуація складається не тільки на міжнародному рівні, а і на внутрішніх ринках окремих країн. В Україні питання соціальної відповідальності бізнесу гостро постало протягом останніх 13 років.

З початком агресії РФ у 2014 р. у нормативній базі України з'явилась така категорія населення – внутрішньо переміщені особи. Повномасштабне вторгнення мало наслідком різке зростання кількості населення, яке потребує соціальної допомоги, однак держава виявилась не спроможною впоратись із зростаючим рівнем потреби у соціальній підтримці населення. За таких умов виник запит суспільства на допомогу у вирішенні цього питання, спрямований до бізнес-лідерів у різних галузях економіки.

За умов обмеженості держави у ресурсах, вона змушена шукати баланс між потребами фронту та соціальної сфери. Провідні компанії – лідери ринків та галузей, беруть на себе певну частину відповідальності за добробут суспільства – від підтримки армії та допомоги окремим військовослужбовцям до турботи про власних працівників (зокрема мобілізованих, родин загиблих) і клієнтів. У випадку, коли така діяльність перевищує межі вимог законодавства, мають виникати прояви корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

Дослідженням видання «Ділова столиця» охоплено всі напрями корпоративної соціальної відповідальності – як внутрішні (спрямовані на благо працівників), так і зовнішні (орієнтовані на суспільство загалом) [6]. За реалій воєнного часу, особливу увагу приділено таким видам діяльності, як:

- допомога Збройним силам (у тому числі колегам, які служать у війську);
- підтримка постраждалих від війни та вразливих верств населення;
- сприяння адаптації й реінтеграції ветеранів;
- турбота про працівників – їхню безпеку, психологічний комфорт, гідні умови праці;
- розвиток персоналу;
- екологічні ініціативи та заходи із захисту довкілля.

При здійсненні оцінки КСВ-проєктів перевагу надано тим, що відповідають реаліям українського воєнного сьогодення. За понад три роки війни в Україні виникли нові ознаки корпоративної соціальної відповідальності. Ця трансформація має два вектори спрямованості – зовнішній і внутрішній.

Зовнішній – це активна підтримка бізнесом Збройних Сил, допомога внутрішньо переміщеним особам і людям, що опинилися у скрутному становищі через бойові дії чи окупацію. Внутрішній напрям – це репутаційний аспект компаній. Якщо до початку бойових дій КСВ була здебільшого засобом залучення кваліфікованих кадрів та розвитку їхнього потенціалу, то після початку повномасштабної війни вона трансформувалась у базову цінність та стала невід'ємною політикою по відношенню до всіх співробітників.

Протягом воєнних років вектор уваги в корпоративній соціальній відповідальності змінюється. Компанії спромоглися здійснити перегляд своїх стратегій, окреслити основні пріоритети та сконцентруватись на найважливіших проєктах.

Досвід компаній, що досягли значних результатів у цьому напрямі, стає прикладом, джерелом знань

і натхнення для всіх, хто працює для Перемоги й намагається будувати сильне, заможне та вільне українське суспільство (табл. 1).

Консалтингова компанія “Synergy Development Consulting” спільно з International Agency of Change та інтерактивною навчальною платформою FUNdraiser за сприяння проєкту USAID «Економічна підтримка України» здійснили реалізацію спеціалізованої освітньої програми «Impactpreneurship: розвиток соціального та антикризового потенціалу представників українського бізнесу з новозвільнених територій» [6]. Програма Impactpreneurship 1.0 тривала з 18 вересня 2023 р. до 12 червня 2024 р., а Impactpreneurship 2.0 – з 3 червня 2024 р. до 7 грудня 2024 р. Обидві програми були втілені за трьома етапами (рис.1).

Таблиця 1 – ТОП-10 соціально відповідальних компаній

Назва	Форма власності / власник	Вид діяльності	Напрямок діяльності	Напрямок соціальних ініціатив	Витрати на соціальну діяльність
Єва	ТОВ «Руш»	Ритейлер	Роздрібна торгівля товарами для зручного побуту, особистої гігієни, косметики та парфумерії	Допомога благодійним фондам та волонтерським організаціям	98 млн грн +
Farmak	АТ «Фармак»	Фармацевтична компанія	Лікарські засоби	Допомога ЗСУ та цивільним, культурні та освітні ініціативи, охорона довкілля	296,6 млн грн
NOTA Group	ТОВ «Нота Груп»	Аутсорсингова компанія	Діяльність у сфері права	Підтримка ЗСУ, захист довкілля	–
NOVUS	ТОВ «Новус Україна» (BT Invest, Литва)	Ритейлер	Роздрібна торгівля продовольчими та непродовольчими товарами	Медичне обладнання, військова техніка та гуманітарна підтримка	150 млн грн +
АТБ	Корпорація АТБ	Ритейлер	Роздрібна торгівля продовольчими та непродовольчими товарами	Допомога ЗСУ, медичним закладам, цивільному населенню	2 млрд грн +
«Брокерд-Україна»	ТОВ «Брокерд-Україна» (Philippe Venacin Holding, Франція)	Ритейлер	Парфумерія та косметика	Підтримка ЗСУ, ГУР, допомога благодійним фондам	215 млн грн
Київстар	ПрАТ «Київстар» (VEON Ltd., Нідерланди)	Оператор телекомунікацій	Стільниковий зв'язок	Допомога ЗСУ, цивільному населенню, підтримка національних програм цифрового відновлення, безкоштовні сервіси та допомога абонентам	2,3 млрд грн
Мет-інвест	ПК «Метінвест»	Гірничо-металургійна ГК	Гірничо-металургійна промисловість	Допомога ЗСУ, військова медицина, соціальні програми	8 млрд грн
ПУМБ	АТ «КБ ПУМБ» (ГК СКМ)	Комерційний банк	Фінансові послуги	Соціальні ініціативи та допомога ЗСУ	670 млн грн
Фокстрот	ТОВ Фокстрот (ГК Фокстрот)	Ритейлер	Роздрібна та онлайн торгівля ПТЕ	Допомога СОУ	41 млн грн

Джерело: сформовано авторами на основі [6]

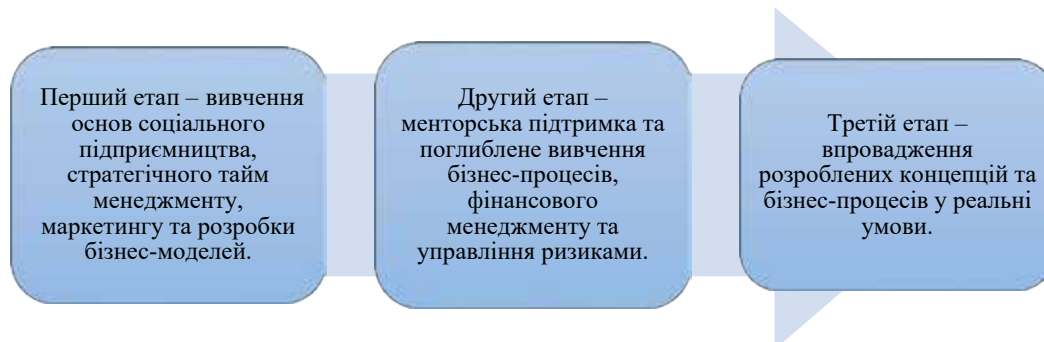


Рисунок 1 – Етапи реалізації Програм Impactpreneurship 1.0

Джерело: [7]

Результати такої співпраці відображено у документі «Каталог соціальних підприємств України» (табл. 2).

Узагальнені дані табл. 2, що відображають ситуацію в цій сфері проілюстровано на рис. 2. З інформації, наведеної на рисунку можна зробити висновок стосовно зайнятості населення в тій чи іншій сфері діяльності соціальних підприємств. Наприклад, на виробництві побутової хімії задіяно двох працівників, у сфері купівлі-продажу нерухомості – 11, на виробництві текстилю та одягу – 186, в торгівлі сільськогосподарською продукцією – 56. В цьому переліку, на жаль, відсутня така категорія підприємств, як сільськогосподарські. Тобто, ті підприємства, які є основними роботодавцями у сільській місцевості. І саме цей сегмент соціального підприємництва варто всебічно розвивати.

Спеціалізація соціальних підприємств є доволі широкою, а от щодо наповненості таких підприємств якісними кадрами виникають проблеми. Основною з таких проблем є відсутність відповідної кваліфікації кадрів, а також недостатня фінансова забезпеченість цих підприємств, що впливає на рівень соціального забезпечення вказаних працівників.

Результати дослідження, подані в табл. 2, не відображають цілісну ситуацію у сфері соціального підприємництва. Проте на їх основі можна зробити висновок про рівень поінформованості підприємців і громадян стосовно чинних соціальних ініціатив, програм, проєктів, а також стосовно напрямів діяльності соціальних підприємств, які взяли участь у програмі, їх організаційно-правову форму та форму власності.

Законодавство України сформовано таким чином, що розвиток соціального бізнесу не є достатньо врегульованим. Хоча і перешкод його розвитку не створює. Тому керівники соціальних підприємств визначають

найбільш вдалу організаційно-правову форму для здійснення підприємницької діяльності, враховуючи особливості її ведення. Аналіз звіту «Соціальне підприємництво в Україні: Економіко-правовий аналіз», який було підготовлено експертами в галузі права, економіки та соціально-політичних наук на замовлення проєкту «EU4Youth – Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні» акцентує увагу на тому, що в Україні функціонує близько 1000 соціальних підприємств, найбільша частка з яких (26 %) – приватні підприємства (приватні організації). Найменший сегмент (5 %) займають фізичні особи-підприємці [8] (Рис. 3).

Сільськогосподарські підприємства у цьому переліку становлять лише 13%. Це свідчить про наявність такої проблеми, як відсутність у підприємців та інвесторів зацікавленості у вкладенні коштів у заснування бізнесу в сільській місцевості. Для вирішення цієї проблеми необхідні чіткі дії з боку держави, направлені на покращення законодавства у цій сфері, поліпшення інвестиційного клімату та розробка низки заохочувальних заходів.

В сучасних умовах дослідження у сфері розвитку соціального забезпечення населення воюючої України здійснюються низкою міжнародних організацій у межах грантових програм та вітчизняними науковцями. Узагальнення та систематизація результатів їх досліджень дозволяє здійснювати оцінку рівня розвитку зокрема соціального підприємництва [9].

Започаткування соціального бізнесу в умовах сільських територій, також потребує розробки та реалізації грантових програм. Гранти на ведення соціального бізнесу в аграрній сфері допомогли б вирішити питання працевлаштування людей з обмеженими фізичними можливостями. Також вони можуть посприяти підприємцям у прагненні вирішення соціальних проблем

Таблиця 2 – Структура СП в Україні за підсумками освітньої програми «Intrapreneurship: розвиток соціального та антикризового потенціалу представників українського бізнесу з новозвільнених територій»

Товари / послуги	Організаційно-правова форма	Кількість підприємств	Кількість працівників
Освітні послуги	ТОВ, ПО (установа, заклад), ФОП, ГО	3	115
Надання послуг з перекладу	ПОГ (РО, Профспілки)	1	5
Лісівництво та інша діяльність у лісовому господарстві	Енергетичний виробничий кооператив	1	12
Будівництво	ТОВ	1	3
Комплексна реабілітація та підтримка ветеранів війни та їх сімей	ГО, ФОП	2	7
Торгівля сільськогосподарською продукцією	ТОВ	1	56
Загальна медична практика	ТОВ, ФОП (+ТОВ)	1	26
Електромонтажні роботи	ТОВ	2	27
Виробництво текстилю та одягу	ТОВ	1	186
Підтримка підприємств, які мають намір заснувати власну справу у сфері переробки відходів	ФОП (Соціальне підприємство)	2	7
Крафтове виробництво хліба, хлібобулочних та кондитерських виробів	ФОП (ПП)	1	7
Купівля-продаж нерухомості	ФОП, ТОВ (+ФОП)	2	11
Консалтинг	ТОВ	1	6
Виробництво побутової хімії	ФОП	1	2
Спортивні організації	ГО	1	5
Всього		20	475

Джерело: сформовано на основі [7]

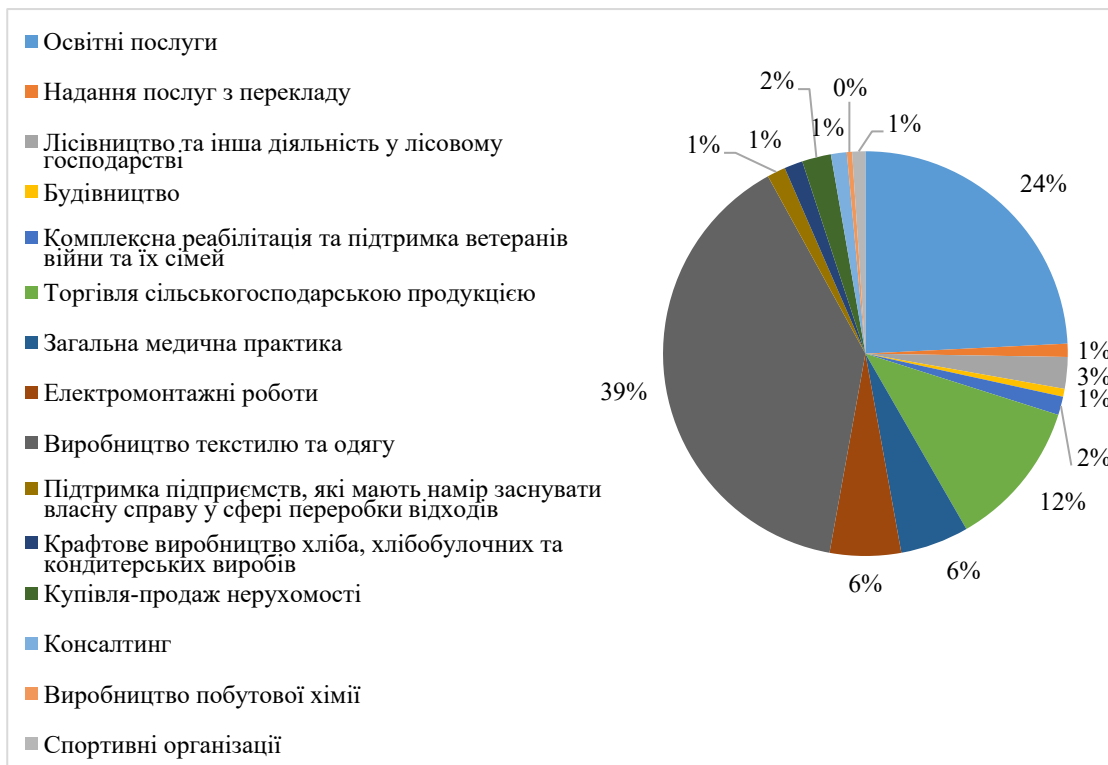


Рисунок 2 – Розподіл соціальних підприємств за видами товарів/послуг (за чисельністю зайнятих осіб)

Джерело: [7]

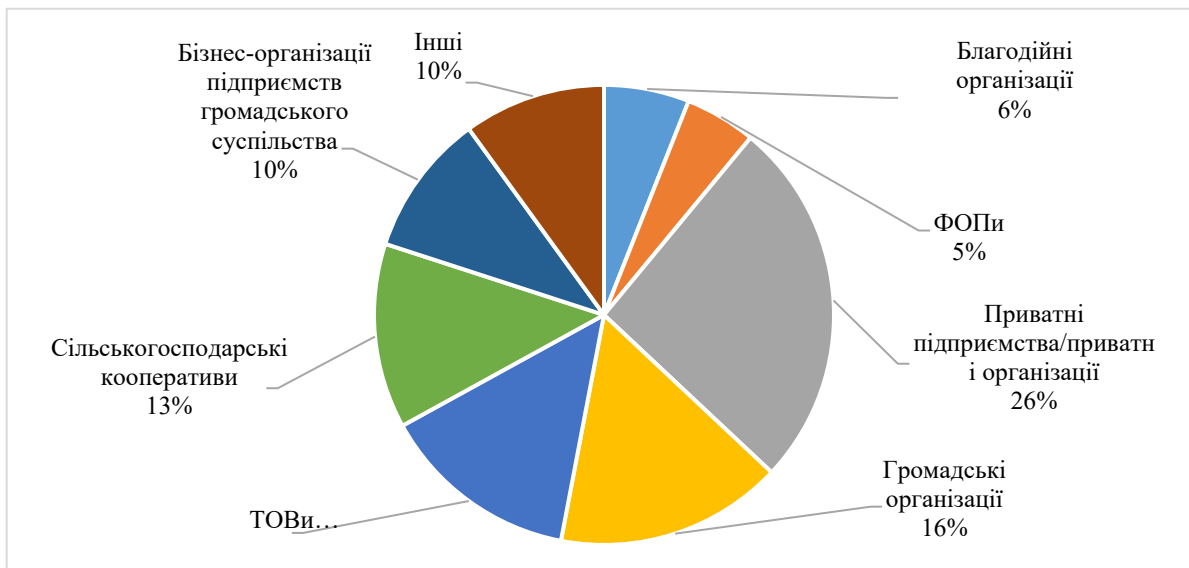


Рисунок 3 – Структура СП в Україні за організаційно-правовою формою

Джерело: [7]

окремих громад, таких як забезпечення пасажирських перевезень, надання послуг з телекомунікацій.

Конкретні прояви трансформацій у галузі соціально-відповідального бізнесу пов'язані зі специфікою та сферою діяльності бізнес-суб'єктів, рівнем організаційної зрілості підприємств, ступенем імплементації соціально-відповідальних практик, забезпеченням відповідною ресурсною базою для їх впровадження [10]. Окремі приклади реалізації соціальної відповідальності продикто-

вані впливом факторів зовнішнього середовища в умовах війни та дії воєнного стану (табл. 3).

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) українського бізнесу зазнала радикальної трансформації. В умовах повномасштабної агресії її фокус змістився з класичного сталого розвитку та екології на стратегічну соціальну стійкість, яка безпосередньо інтегрована в забезпечення національної безпеки та життєдіяльності країни (рис. 4).

Таблиця 3 – Окремі практики реалізації елементів соціально відповідального бізнесу в умовах війни

Бізнес-суб'єкти	Компоненти трансформації соціально відповідальності бізнесу в умовах війни
Kernel	Забезпечення продовольчої безпеки та надання допомоги українській армії й постраждалим від війни; фінансування споряджень та всього необхідного для виконання бойових завдань чотирьох військових бригад ЗСУ; реалізація проекту підтримки поранених бійців у шпиталях співробітниками компанії, передача спеціально підготовлених пакунків «Відновлення»
МХП	Реалізація програми «МХП Поруч», яка надає індивідуальний супровід та комплексну підтримку військовим, ветеранам та їх родинам як на рівні компанії, так і в громадах; створення Центру взаємодії із військовими і ветеранами; підтримка розвитку місцевих громад у межах благодійних програм, переважно через співпрацю зі стратегічним партнером – Благодійним фондом «МХП-Громада»; створення у 2023 р. відділу психічного здоров'я з метою надання психологічної допомоги співробітникам
ТОВ «Нова Пошта»	Реалізація програми «Гуманітарна пошта України»; допомога бізнесу в перевезенні обладнання чи продукції під час релокації програми матеріально-технічного забезпечення рятувальних бригад ДСНС; співпраця з органами державної влади з метою надання підтримки у важливих доставках і реалізації низки проєктів
Restetika	Організація благодійних гастро-вечер в Україні та за кордоном, кошти від яких спрямовуються на допомогу ЗСУ
ТОВ «Загор'є»	Запуск платформи Raise for Ukraine (Raise4UA), яка сприяє реалізації проєктів, зосереджених на певній місії підтримки військових або гуманітарних зусиль в Україні

Джерело: сформовано на основі [10]

1) Перехід до оборонної підтримки.

- Діяльність ключових компаній набула рис «мілітаризованої КСВ». Великий агробізнес (Kernel, МХП) тепер не лише гарантує продовольчу безпеку, а й виконує функції стратегічного тилу. Прикладом є Kernel, який фінансує спорядження цілих військових підрозділів, напряду підтримуючи оборонний комплекс.

2) Логістика як критична інфраструктура.

- «Нова Пошта» перетворила свою логістичну мережу на життєво необхідний суспільний сервіс. Програми: «Гуманітарна пошта України», допомога з релокацією бізнесу, а також забезпечення ДСНС та державних органів доводять, що комерційні компетенції стали інструментом державної стійкості та гуманітарного захисту.

3) Системна ветеранська реінтеграція.

- Зростає усвідомлення психосоціальних наслідків війни. МХП ініціював перехід від ситуативної допомоги до комплексного ветераноцентричного підходу (програма «МХП Поруч», Центри взаємодії, відділ психічного здоров'я). Це свідчить про те, що КСВ тепер включає комплексну підтримку ментального здоров'я та реінтеграцію військових, визнаючи травму війни як суспільний виклик.

4) Інноваційний фандрейзинг.

- Менші компанії (Restetika, ТОВ «Загор'є») активно впроваджують креативні та демократичні механізми збору коштів. Від міжнародних «гастро-вечер», до створення цифрових платформ-хабів (Raise4UA) – ці ініціативи розширюють коло донорів.

Рисунок 4 – Основні напрями зміни КСВ українського бізнесу в умовах війни

Джерело: узагальнено авторами

Kernel та МХП – компанії, структурні підрозділи яких функціонують в сільській місцевості. Основна маса їхніх працівників – мешканці сільських територій. При започаткуванні діяльності в тому чи іншому селі, вони втілювали в життя певні напрацювання соціального спрямування – наприклад ремонт доріг, сільських шкіл, будинків культури. Ще одним кроком соціальної підтримки є допомога родинам працівників, які проходять службу у лавах ЗСУ, загинули при виконанні бойового завдання або отримали поранення.

На початку процесу створення соціального бізнесу на сільських територіях насамперед потрібно враховувати особливості території та сфери діяльності (для прикладу, сільське господарство). В Україні соціальні підприємства здебільшого ведуть свою діяльність за трьома провідними моделями, що можуть бути прийнятними для сталого розвитку сільських територій (рис. 5).

Процедура реєстрації соціального бізнесу в Україні не відрізняється від реєстрації звичайного підприєм-

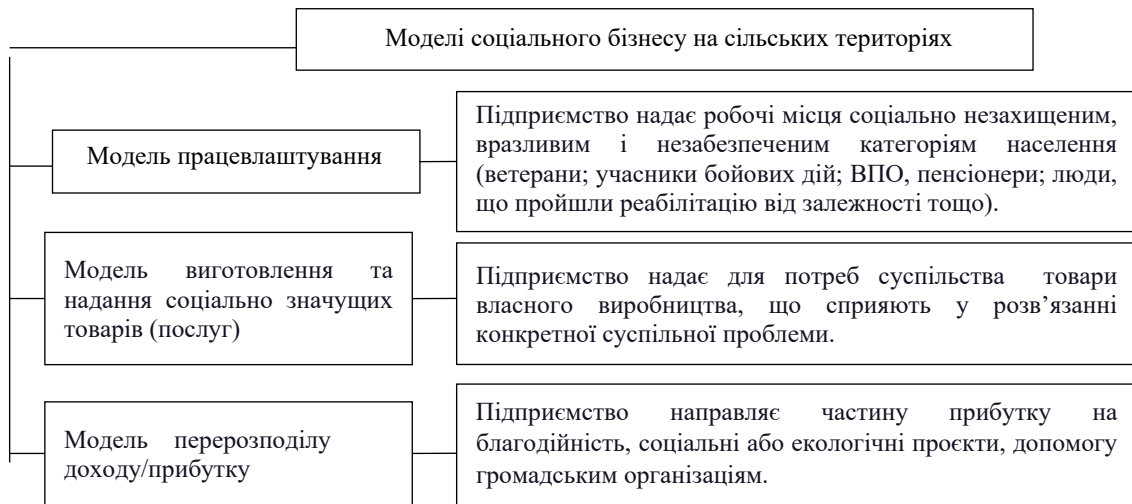


Рисунок 5 – Моделі соціального бізнесу в Україні прийнятні для сталого розвитку сільських територій

Джерело: сформовано на основі [11]

ства, але слід враховувати ключові нюанси, пов'язані з фіксацією соціальної місії та особливостями розвитку на сільських територіях:

1. Обрання організаційно-правової форми діяльності: Найбільш прийнятною формою для розвитку СП на сільських територіях є ФОП (Фізична особа-підприємець) або ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю). Вибір залежить від планованих обсягів діяльності та наявності партнерів (чи це лише вирішення соціальних проблем села, чи орієнтир також на виробництво с/г продукції локального рівня).

2. Визначення місії: якщо обрано форму ТОВ, у статуті слід чітко вказати соціальну місію бізнесу, для ФОП важливо зазначити види діяльності, що відповідають соціальній меті проєкту.

3. Визначення із системою оподаткування: з метою оптимізації витрат соціальні підприємства обирають спрощену систему оподаткування.

4. Врахування правових аспектів діяльності на сільських територіях (зокрема, якщо мова йде про започаткування крафтового виробництва чи іншого виду с/г діяльності із соціально-орієнтованим вектором): необхідно враховувати всі юридичні та фінансові аспекти, включно з отриманням необхідних ліцензій та дозволів, для офіційної та прозорої діяльності.

Висновки. В результаті дослідження було виявлено, що соціальне підприємництво та соціально-відповідальний бізнес набувають вагомості значущості в житті українського соціуму. Разом з тим, існує ціла низка проблем та перешкод, що стають на заваді прогресивному розвитку цих процесів, зокрема в стратегічно важливих сферах та галузях. Для вирішення цих проблем та подолання таких перешкод, необхідні чіткі дії з боку держави у вигляді змін до законодавства, покращення інвестиційного клімату, започаткування спеціалізованих державних програм. Особливо гостро відчувається проблематика функціонування соціальних підприємств на території сільських громад. Дана категорія підприємств там майже відсутня. Для зміни ситуації на краще необхідно налагодити зв'язок між підприємцями, що мають бажання працювати у цій сфері, та місцевою владою. Місцева

влада, в свою чергу повинна бути зацікавлена у появі таких підприємств, адже це може допомогти розвитку громад та посприяти у поліпшенні умов життя їхніх мешканців.

Існує цілий перелік соціальних ініціатив та грантових програм, направлених на створення та розвиток соціального підприємництва та соціально-відповідального бізнесу в Україні, але стосовно розвитку їх в умовах сільських територій цього недостатньо. Ініціаторам таких грантових проєктів варто частіше звертати увагу на потреби мешканців сільських територій та бізнесу, який намагається там працювати. На наш погляд, для підвищення привабливості створення СП на сільських територіях, при створенні соціального підприємства слід на певний період спростити процедуру реєстрації таких підприємств. Це дозволить пришвидшити початок роботи підприємства, та зменшити затрати для цього.

Окрім того, вважаємо, що варто більше уваги приділити соціальному підприємництву в галузі освіти на сільських територіях, так як заклади освіти також можуть засновувати свої соціальні підприємства, або функціонувати у формі соціальних підприємств. Так як соціальне підприємство на сільських територіях – це, насамперед можливість працевлаштування людей, які в силу тих чи інших причин не змогли здобути вищу або середньоспеціальну освіту, а також можливість надання малозабезпеченим верствам населення необхідних продуктів і послуг. Функціонування соціального підприємства – це можливість покращення інфраструктури сільських громад.

Отже, українська КСВ – це не благодійність, а стратегічна адаптація. Це системна мобілізація корпоративних ресурсів, логістики та управління для забезпечення обороноздатності, соціального захисту та економічної життєздатності нації. Спектр діяльності соціальних підприємств в Україні доволі широкий, починаючи з сільського господарства і закінчуючи туризмом та виробництвом дитячих речей. Стосовно форми власності та організаційно-правової форми соціальних підприємств, вони представлені доволі широко: присутні ТОВ, ФОП, ГО, НПО, тощо.

Список використаних джерел:

1. Бойда С. Соціальне підприємництво як інструмент післявоєнної відбудови економіки України. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 58. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-25>
2. Валюс Л. О. Війна в Україні як каталізатор розвитку соціального підприємництва. *Трансформаційна економіка*. 2023. Вип. 2(02). С. 10–15. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-2-2>
3. Гурочкіна В., Ялинчук А. Моделювання системних ефектів від соціального інвестування та корпоративних стимулів в системі розвитку людського капіталу промислового підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. Вип. 6. С. 41–47.
4. Теслиук С., Демчук І. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. *Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*. 2023. Т. 4, № 32. С. 116–125. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-04-116-125>
5. Le D. H., Alim M., Sandberg B. Financing social enterprises serving base-of-the-pyramid markets: Towards an integrative financing model. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2024. Vol. 18, Iss. 4. DOI: <https://doi.org/10.1080/19420676.2024.2363797>
6. ДС редакція. Топ-10 соціально відповідальних компаній. DSnews.ua. *Ділова столиця*. 2024. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/top-10-socialno-vidpovidalnih-kompaniy-30112024-511968>
7. Каталог соціальних підприємств. [Б. м.] : Google Docs, [Б. д.]. URL: <https://drive.google.com/file/d/1s0a7KIIl2N4OM0ozVrygeOSIWskUrs5/view?pli=1>
8. Плиса В., Цюпка А., Мунтян Б. Інструменти фінансування соціального підприємництва в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-69>
9. Соціальне підприємництво в Україні. URL: <https://socialbusiness.in.ua/>
10. Коваленко Ю., Новак В., Гуріна Г. Трансформації соціально відповідального бізнесу в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-32>
11. Соціальне підприємництво: що це таке, приклади бізнесу в Україні. *Щедрий Вівторок*. URL: <https://givingtuesday.ua/statti/soczialne-pidpryemnyctvo-shho-cze-take-pryklady-uspishnyh-proyektiv-v-ukrayini/>

References:

1. Boida S. (2023). Sotsialne pidpryemnytstvo yak instrument pisliavoiennoi vidbudovy ekonomiky Ukrainy [Social entrepreneurship as a tool for post-war economic reconstruction in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 58. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-25>
2. Valius L. O. (2023). Viina v Ukraini yak katalizator rozvytku sotsialnoho pidpryemnytstva [The war in Ukraine as a catalyst for the development of social entrepreneurship]. *Transformatsiina ekonomika – Transformational economics*, vol. 2 (02), pp. 10–15. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-2-2>
3. Hurochkina V. & Yalynchuk A. (2020). Modeliuvannya systemnykh efektyv vid sotsialnoho investuvannya ta korporatyvnykh stymuliv v systemi rozvytku liudskoho kapitalu promysloвого pidpryemstva [Modelling systemic effects of social investment and corporate incentives in the human capital development system of an industrial enterprise]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu – Bulletin of Khmelnytskyi National University*, vol. 6, pp. 41–47.
4. Tesliuk S. & Demchuk I. (2023). Rozvytok sotsialnoho pidpryemnytstva v Ukraini v umovakh voiennoho stanu [The development of social entrepreneurship in Ukraine under martial law]. *Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*, no. 4(32), pp. 116–125. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-04-116-125>
5. Le D. H., Alim, M., & Sandberg, B. (2024). Financing social enterprises serving base-of-the-pyramid markets: Towards an integrative financing model. *Journal of Social Entrepreneurship*, no. 18(4). DOI: <https://doi.org/10.1080/19420676.2024.2363797>
6. DS redaktsiia. (2024). Top-10 sotsialno vidpovidalnykh kompanii. DSnews.ua. “Dilova stolysia” ukrainskoiu – naisvizhishi novyny Ukrainy ta svitu. Available at: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/top-10-socialno-vidpovidalnih-kompaniy-30112024-511968>
7. Katalog sotsialnykh pidpryemstv.pdf. [Catalogue of social enterprises.pdf.] Google Docs. Available at: <https://drive.google.com/file/d/1s0a7KIIl2N4OM0ozVrygeOSIWskUrs5/view?pli=1>
8. Plysa V., Tsiupka A. & Muntian B. (2024). Instrumenty finansuvannya sotsialnoho pidpryemnytstva v Ukraini [Instruments for financing social entrepreneurship in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-69>
9. Holovna. Sotsialne pidpryemnytstvo v Ukraini. [Home. Social entrepreneurship in Ukraine]. Available at: <https://socialbusiness.in.ua/>
10. Kovalenko Yu., Novak V. & Hurina H. (2025). Transformatsii sotsialno vidpovidalnoho biznesu v umovakh viiny [Transformations of socially responsible business in wartime]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-32>
11. Sotsialne pidpryemnytstvo: shcho tse take, pryklady biznesu v Ukraini – Shchedryi Vivtorok. Shchedryi Vivtorok. Available at: <https://givingtuesday.ua/statti/soczialne-pidpryemnyctvo-shho-cze-take-pryklady-uspishnyh-proyektiv-v-ukrayini/>

Nesterchuk Yulia

Uman National University

Sokoliuk Ihor

Uman National University;

State Organization "Institute of Market and Economic
& Ecological Research of the National Academy of Sciences of Ukraine"

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE: PROSPECTS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

The article examines and analyses the development of social entrepreneurship in Ukraine. It identifies areas of activity and directions that are attractive for the creation of this type of entrepreneurial initiative. It summarises the features of the creation and development of this type of entrepreneurship in the context of an imperfect regulatory and legal framework and current socio-economic conditions. It has been established that transformational changes have taken place during the war. In particular, the transition to defence support, the increased role of logistics, the development of systematic veteran reintegration, and innovative fundraising. The areas of activity of social enterprises are outlined and the main population groups and their needs that require attention from the state in terms of social security, particularly in the context of the revival and development of rural areas, are identified. It is determined that the development of social entrepreneurship in Ukraine will be of particular importance for the sustainable development of rural areas and agriculture in particular. More attention should be paid to social entrepreneurship in education in rural areas, as educational institutions can also establish their own social enterprises or operate as social enterprises. This is because social enterprises in rural areas primarily provide employment opportunities for people who, for various reasons, have been unable to obtain higher or secondary specialised education, as well as providing low-income groups with necessary products and services. The functioning of social enterprises offers an opportunity to improve the infrastructure of rural communities. Ukrainian corporate social responsibility is not charity, but strategic adaptation. It is a systematic mobilisation of corporate resources, logistics and management to ensure the nation's defence capability, social protection and economic viability. The range of activities of social enterprises in Ukraine is quite broad, from agriculture to tourism and the production of children's goods. In terms of ownership and organisational and legal forms, social enterprises are quite diverse: there are LLCs, sole proprietorships, public organisations, NGOs, etc.

Keywords: social entrepreneurship, rural revitalisation, sustainable agricultural development, innovative fundraising.

JEL classification: L31

Стаття надійшла: 07.11.2025

Стаття прийнята: 27.11.2025

Стаття опублікована: 30.12.2025