

УДК 334.722:364.46

Антонюк Дмитро,
д.е.н., проф., віцепрезидент Запорізької ТПП,
професор кафедри менеджменту НУ «Запорізька політехніка»,
м. Запоріжжя, Україна

Буй Юлія,
асистент кафедри прикладної економіки,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і
газу,
м. Івано-Франківськ, Україна

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК КАТАЛІЗАТОР СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ, МОЖЛИВОСТІ, ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД

В останні роки відзначається зростання інтересу громадськості, науковців і практиків до соціальних інновацій, що впливає з їх стратегічного значення для суспільства, особливо в період війни. Дослідження сутнісних характеристик, можливостей прикладного поширення та імплементації в суспільне життя показує, що соціальні інновації можуть бути необхідним і ефективним інструментом для забезпечення соціальної стабільності та покращення якості життя населення під час війни та в періоди після воєнних конфліктів.

Громадянська активність та соціально-орієнтоване підприємництво, які є важливими складовими соціальних інновацій, сприяють розвитку інфраструктури підтримки та відновлення соціально-економічних систем, що є ключовим для стабілізації та розвитку країни на етапі післявоєнного відновлення. Соціальне підприємництво виступає як важливий стимулятор соціальних інновацій, оскільки його основною метою є створення загальної

суспільної користі. Це механізм взаємодії між сектором бізнесу та суспільством, спрямований на досягнення часткового або повного відмовлення від фінансових дотацій та надання економічних переваг для сприяння якісним трансформаціям у суспільстві. Інноваційний характер соціального підприємництва проявляється у новому співвідношенні між соціальною вартістю та економічною вигодою, що виражається у фінансових результатах соціальних взаємин [1, 2].

В Україні розвиток соціального підприємництва можна розділити на чотири етапи. Перший етап (1991–2010 рр.) – коли перші міжнародні донори почали впроваджувати концепцію соціального підприємництва в Україні і піклувалися про становлення цього сектора. Другий етап (2010 – 2016 рр.) характеризувався розробкою конкретних програм і перших досліджень цієї тематики, що висвітлювалися у науково-практичних публікаціях. Третій етап (з 2016 – 2022 рр.) – становлення та розбудова соціального підприємництва. Четвертий етап (2022 р. і до сьогодні), коли спостерігається активна включеність бізнесу у забезпечення армії, населення, підтримку внутрішньо-переміщених осіб.

Досвід країн ЄС свідчить про успішну роль соціального підприємництва у забезпеченні сталого соціально-економічного розвитку. Набуття Україною статусу кандидата в члени ЄС створює рамки для використання європейських норм і практик соціального підприємництва та передбачатиме доступ до європейських структурних фондів. Тому варто звернути увагу на інструменти, які використовують європейські країни для стимулювання соціального підприємництва [3]. По-перше, в країнах ЄС існує стійка підтримка з боку держави для соціальних підприємств через різноманітні програми фінансування та стимулювання. Ця підтримка включає доступ до фінансових ресурсів, сприяння у розвитку підприємницького досвіду та підвищенні соціальної відповідальності. По-друге, країни ЄС активно використовують механізми соціального інвестування та фондові ініціативи для підтримки соціальних

підприємств. Це сприяє залученню приватного капіталу у сектор соціального підприємництва та забезпеченню його стабільності та розвитку. Крім того, в ЄС розвинені механізми стандартизації та сертифікації для соціальних підприємств, що допомагає підвищувати довіру та прозорість у цьому секторі. Це важливо для стимулювання інвестицій та розвитку бізнес-екосистеми соціального підприємництва. Україна може використовувати цей досвід для підтримки свого власного сектору соціального підприємництва у період повоєнного відновлення.

Вагомою перешкодою для розвитку соціального підприємництва в Україні є відсутність статистичних даних на державному, регіональному та місцевому рівнях. По-перше, це пояснюється доволі довгим періодом сприйняття та поширення цих інновацій у суспільстві, по-друге, основними організаціями, які генерують та продукують соціальні інновації є недержавні організації, фінансова звітність яких не контролюється державними статистичними службами.

Важливо створити сприятливий інституціональний базис, підтримати інноваційні програми фінансування та залучити приватний сектор до співпраці у розвитку соціального підприємництва. Ключовим інструментом активізації соціального підприємництва є підтримка держави у вигляді загальнонаціональних стратегічних документів, програм започаткування та активізації соціальних підприємств, впровадження системи пільгового кредитування. Регіональні програми підтримки соціального підприємництва повинні враховувати ресурсні можливості кожного регіону, внутрішні та зовнішні особливості функціонування. На місцевому рівні розвиток соціального підприємництва генерує економічні, екологічні та соціальні цінності. Своєю чергою екологічні та соціальні можуть продукувати економічні вигоди у вигляді економії соціальних відрахувань та екологічного податку. Такий підхід сприятиме створенню стійких та ефективних механізмів для

реалізації соціальних ініціатив та забезпечить більш ефективне використання ресурсів у процесі відновлення країни після війни.

Соціальне підприємництво в контексті повоєнного відновлення має значний потенціал до розвитку у секторі МСБ. Останній є не лише високо інноваційним і в соціальному сенсі теж, але й важливим у контексті забезпечення сталого розвитку. Цей сегмент підприємництва першочергово скерований на вирішення локальних проблем, гнучко реагує на виклики та тенденції розвитку економіки та громади на місцевому рівні. Інтенсивність розвитку соціального підприємництва можна оцінити в якості каталізатора становлення громадянського суспільства.

Розвиток соціального підприємництва під час та після війни можна забезпечити шляхом формування соціальної «екосистеми» регіону через:

- соціальну адаптацію і соціалізацію військовослужбовців, учасників ООС/АТО та громадян, постраждалих від війни, соціально незахищених та вразливих верств населення;

- розв'язання соціальних проблем, які виникають та перебувають поза увагою державної соціальної політики та підприємницьких структур;

- освітню діяльність із заснування та ведення соціального підприємництва серед підлітків, студентів, жінок, учасників ООС/АТО, соціально незахищених та вразливих верств населення;

- генерування проєктів із залученням соціально незахищених верств населення до бізнесової діяльності, проєктів суб'єктів підприємництва, які спрямовуються на вирішення певних соціальних проблем;

- створення комунікаційної платформи розвитку соціального підприємництва, яка дозволяє поєднати бізнес, владу, громадськість і зосередити з метою вирішення актуальних проблем.

Пропозиції передбачають розвиток соціального підприємництва першочергово у секторі МСБ, що є логічним та послідовним у напрямі досягнення цілей сталого розвитку, розбудови громадянського суспільства та формування соціально-орієнтованої ринкової економіки.

Список використаних джерел:

1. Farinha, L., Sebastião, J. R., Sampaio, C., & Lopes, J. Social innovation and social entrepreneurship: discovering origins, exploring current and future trends. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 2020. 17(1), 77–96.
2. Antoniuk D., Bui Yu., Berezhnytska U., Savko O., Hobyр I. Social Entrepreneurship as Driver for Increasing Social Innovation. *Science and innovations*, 2023. 19(2), 17-30. <https://doi.org/10.15407/scine19.02.017>.
3. Антонюк Д., Буй Ю. Соціальні інновації: досвід реалізації проектів провідних країн світу для України. *Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку*. 2019. №1(07). С.64-73.
4. Лункіна Т. І., Іваненко Г. Ю. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. *Modern economics*. 2019. №15. С.142-147. http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2019_15_22.