

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет економіки та управління

Кафедра економічної теорії

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА	Економічна аналітика
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	05 Соціальна та поведінкові науки
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	051 Економіка

Форма навчання: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему «Соціальне підприємництво як інструмент реалізації глобальних цілей сталого розвитку»

здобувача Проніної Антоніни Володимирівни _____
(підпис)

Науковий керівник: д.е.н., проф. Кириленко В.І.

(підпис)

Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)

В.о. завідувача кафедри: д.е.н., проф. Кириленко В.І.

(підпис)

Київ 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет економіки та управління
(назва факультету / навчально-наукового інституту)

Кафедра економічної теорії
(назва кафедри)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

Економічна аналітика
05 Соціальна та поведінкові науки
051 Економіка

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

М.К. Галабурда

(підпис) (ініціали, прізвище)

10 березня 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри

В.І. Кириленко

(підпис) (ініціали, прізвище)

10 березня 2025 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Проніній Антоніні Володимирівні

денної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему «Соціальне підприємництво як інструмент реалізації глобальних цілей сталого розвитку»

Тему затверджено наказом ректора Університету від "06" березня 2025 р. № 455-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1	Теоретико-методичні основи дослідження соціального підприємництва в контексті сталого розвитку
Розділ 2	Аналіз розвитку соціального підприємництва в Україні та його впливу на реалізацію ЦСР
Розділ 3	Напрями вдосконалення соціального підприємництва як інструменту реалізації ЦСР
Об'єкт дослідження:	Глобальні цілі сталого розвитку процеси в умовах трансформації соціально-економічної системи.
Предмет дослідження:	Соціальне підприємництво як інструмент реалізації цілей сталого розвитку.
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	Обґрунтування соціального підприємництва як ефективного інструменту реалізації глобальних цілей сталого розвитку та розробка практичних пропозицій щодо підвищення його ефективності в Україні.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	Визначити суть, історичне підґрунтя, ознаки, види, та сучасні підходи до розуміння соціального підприємництва; Дослідити сутність та етапи реалізації глобальних цілей сталого розвитку та їх взаємозв'язок із соціальним підприємництвом; Проаналізувати методичні підходи до аналізу ефективності соціальних підприємств у контексті сталого розвитку.
У розділі 2	Дослідити поточний стан і динаміку розвитку соціального підприємництва в Україні; Дослідити внесок соціальних підприємств у досягнення Цілей сталого розвитку на прикладі реальних кейсів; Дослідити проблеми та бар'єри розвитку соціального підприємництва на макро- та мікроекономічних рівнях.
У розділі 3	Дати пропозиції щодо формування сприятливого середовища для соціального підприємництва: правові та інституційні передумови; Провести аналіз інноваційних моделей інтеграції та масштабування соціального підприємництва у системі сталого розвитку.

Завдання підготував
науковий керівник

В.І. Кириленко

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«10» березня 2025 р.

Завдання одержав
здобувач

А.В. Проніна

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«10» березня 2025 р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 61 сторінку, 10 таблиць, 1 рисунок, список використаних джерел з 98 найменувань.

«Соціальне підприємництво як інструмент реалізації глобальних цілей сталого розвитку»

(назва кваліфікаційної бакалаврської роботи)

Об'єктом дослідження є глобальні цілі сталого розвитку процеси в умовах трансформації соціально-економічної системи.

Предметом дослідження є соціальне підприємництво як інструмент реалізації цілей сталого розвитку.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи – обґрунтування соціального підприємництва як ефективного інструменту реалізації глобальних цілей сталого розвитку та розробка практичних пропозицій щодо підвищення його ефективності в Україні.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання:

- систематизувати сучасні наукові підходи до визначення поняття соціального підприємництва;*
- проаналізувати зв'язок між діяльністю соціальних підприємств і досягненням Цілей сталого розвитку;*
- дослідити стан розвитку соціального підприємництва в Україні на основі статистичних і практичних даних;*
- здійснити критичний аналіз кейсів українських соціальних підприємств щодо їхнього внеску в реалізацію ЦСР;*
- запропонувати методичні підходи до оцінки ефективності соціального підприємництва у вимірі сталого розвитку.*

Практичне значення отриманих результатів. Використання розроблених рекомендацій соціальними підприємствами, державними структурами та донорами для посилення впливу на соціальні зміни.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2025.

Рік захисту роботи 2025.

Ключові слова: Соціальне підприємництво, сталий розвиток, Цілі сталого розвитку, соціальна місія, гібридна модель, соціальний вплив, інновації, інклюзія, SROI, Theory of Change, SCALERS, IMM, масштабування, цифрова трансформація, інституційна інтеграція, правовий статус, фінансування, соціальні послуги, інтеграція вразливих груп.

В і д г у к
про кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача факультету економіки та управління
освітньо-професійної програми «Економічна аналітика»
Проніної Антоніни Володимирівни
на тему: «Соціальне підприємництво як інструмент реалізації глобальних
цілей сталого розвитку»

1. *Актуальність теми:* кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена важливому та актуальному питанню – аналізу ролі і місця соціального підприємництва як інструменту реалізації глобальних цілей сталого розвитку. Автор опирається на комплексному аналізі значення і ефективності соціального підприємництва, фокусуючись на визначенні його ролі в цьому процесі. Такий підхід свідчить про глибоке розуміння актуальних проблем і потреб сучасного економічного розвитку.

2. *Позитивні риси кваліфікаційної роботи:* автор чітко визначає сутність соціального підприємництва в економічному розвитку та розкриває його особливості у реалізації глобальних цілей сталого розвитку. Значна увага приділяється аналізу етапів реалізації соціальних цілей сталого розвитку, проблемам та бар'єрам розвитку соціального підприємництва на макро- та мікроекономічних рівнях, інноваційним моделям інтеграції та масштабування соціального підприємництва у системі сталого розвитку.

3. *Наявність самостійних розробок автора:* автором проведена систематизація підходів до визначення сутності соціального підприємництва, досліджено суперечності його розвитку та вплив на досягнення цілей сталого розвитку.

4. *Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:* детальний аналіз проблем, можливостей та перспектив розвитку соціального підприємництва та аналітичне оцінювання його впливу на цілі сталого розвитку, а також розробка пропозицій щодо формування сприятливого середовища для соціального підприємництва дала можливість автору зробити висновки, які можуть стати важливими для прийняття рішень у досліджуваній сфері.

Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК: кваліфікаційна бакалаврська робота Проніної Антоніни Володимирівни на тему «Соціальне підприємництво як інструмент реалізації глобальних цілей сталого розвитку» допускається до захисту перед ЕК. Оцінка письмової частини кваліфікаційної роботи 55 балів.

Науковий керівник – в.о. зав. кафедри економічної теорії, д.е.н., професор

«30» травня 2025 р.

(підпис)

Кириленко В.І.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	9
1.1. Суть, історичне підґрунтя, ознаки, види та сучасні підходи до розуміння соціального підприємництва	9
1.2. Сутність та етапи реалізації глобальних цілей сталого розвитку та їх взаємозв’язок із соціальним підприємництвом	14
1.3. Методичні підходи до аналізу ефективності соціальних підприємств у контексті сталого розвитку	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ВПЛИВУ НА РЕАЛІЗАЦІЮ ЦСР	24
2.1. Поточний стан і динаміка розвитку соціального підприємництва в Україні ...	24
2.2. Дослідження внеску соціальних підприємств у досягнення Цілей сталого розвитку на прикладі реальних кейсів	30
2.3. Проблеми та бар’єри розвитку соціального підприємництва на макро- та мікроекономічних рівнях	43
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ІНСТРУМЕНТУ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦСР	47
3.1. Пропозиції щодо формування сприятливого середовища для соціального підприємництва: правові та інституційні передумови	47
3.2. Інноваційні моделі інтеграції та масштабування соціального підприємництва у системі сталого розвитку	51
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі соціальне підприємництво дедалі більше визнається як ефективний механізм досягнення глобальних цілей сталого розвитку. Ця модель поєднує економічну активність із вирішенням соціальних проблем, що є особливо актуальним для України, яка перебуває в стані глибоких трансформацій і потребує нових підходів до побудови стійкої, інклюзивної економіки. Соціальне підприємництво стає дієвим інструментом не лише соціальної інтеграції, а й реалізації таких ЦСР, як зменшення бідності, якісна освіта, гідна праця, гендерна рівність та партнерство заради сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед фундаментальних праць варто відзначити монографію Muhammad Yunus “Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs” [1], у якій автор вводить концепцію «соціального бізнесу» як альтернативу традиційному капіталізму. Alex Nicholls у праці “Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change” [2] структурує наукові підходи до соціального підприємництва та класифікує його моделі. Janelle Kerlin у роботі “Defining Social Entrepreneurship Across Different Contexts” [3] досліджує контекстуальні відмінності та інституційні впливи на соціальні підприємства в різних країнах. У дослідженні «Соціальне підприємництво у сучасній Україні» [4] авторів І.О. Каширнікової, К.О. Спірідонові та О.В. Кірнос, розглядає сучасний стан соціального підприємництва в Україні, його виклики та перспективи розвитку. У статті «Становлення соціального підприємництва в Україні в контексті сталого розвитку» [5] авторки О. В. Ярмош та Е. О. Пасечник досліджують загальний підхід до розуміння суті соціального підприємництва в контексті сталого розвитку.

Мета дослідження - обґрунтування соціального підприємництва як ефективного інструменту реалізації глобальних цілей сталого розвитку та розробка практичних пропозицій щодо підвищення його ефективності в Україні.

Для досягнення цієї мети передбачено такі завдання дослідження:

1. Систематизувати сучасні наукові підходи до визначення поняття

соціального підприємництва;

2. Проаналізувати зв'язок між діяльністю соціальних підприємств і досягненням Цілей сталого розвитку;

3. Дослідити стан розвитку соціального підприємництва в Україні на основі статистичних і практичних даних;

4. Здійснити критичний аналіз кейсів українських соціальних підприємств щодо їхнього внеску в реалізацію ЦСР;

5. Запропонувати методичні підходи до оцінки ефективності соціального підприємництва у вимірі сталого розвитку.

Об'єкт дослідження – глобальні цілі сталого розвитку процеси в умовах трансформації соціально-економічної системи.

Предмет дослідження – соціальне підприємництво як інструмент реалізації цілей сталого розвитку.

Методи дослідження. У роботі використано:

- аналітичні методи;
- порівняльний аналіз (вітчизняного і зарубіжного досвіду);
- контент-аналіз публікацій і політик;
- метод кейс-стаді.

Теоретична значущість полягає у поглибленні наукового розуміння ролі соціального підприємництва в досягненні глобальних цілей сталого розвитку та узагальненні існуючих моделей і підходів. **Методична значущість** - у формулюванні критеріїв та індикаторів ефективності соціального підприємництва у вимірі ЦСР. **Практична значущість** - у можливості використання розроблених рекомендацій соціальними підприємствами, державними структурами та донорами для посилення впливу на соціальні зміни.

Інформаційна база дослідження. Праці вітчизняних і зарубіжних науковців, аналітичні звіти ООН, дані Держстату України, тощо.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

1.1. Суть, історичне підґрунтя, ознаки, види та сучасні підходи до розуміння соціального підприємництва

Упродовж останніх десятиліть термін «соціальне підприємство» набув широкого використання як у практиці, так і в науковому середовищі. Водночас чіткого й загальновизнаного визначення цього явища досі не існує. Це пов'язано з багатовимірністю самого феномена, який поєднує елементи бізнесу, соціальної відповідальності, інновацій і громадянської активності. Різні країни, дисципліни та автори вкладають у поняття соціального підприємства різні смисли залежно від культурного, економічного і правового контекстів.

У цьому розділі розглянемо основні підходи до тлумачення цього поняття, систематизувавши визначення провідних дослідників та українських науковців, щоб виявити ключові акценти, спільні риси та ідейні розбіжності (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 - Порівняльна таблиця визначень соціального підприємництва

Автор	Визначення	Ключовий акцент
Muhammad Yunus [1, с. 11]	Це вид бізнесу, присвячений вирішенню соціальних, економічних та екологічних проблем, які давно мучать людство - голод, безпритульність, хвороби, забруднення, невігластво	Фокус на глобальних, хронічних проблемах людства
Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. [6, с. 5]	« Соціальне підприємство – підприємницька діяльність, спрямована на позитивні інноваційні зміни у суспільстві: пом'якшення або вирішення соціальних проблем за рахунок доходів, отриманих від власної діяльності.	Інноваційне вирішення соціальних проблем через самофінансування

Продовження таблиці 1.1

Janelle Kerlin [3, с. 91]	Соціальне підприємництво, яке визначається як використання недержавних, ринкових підходів до вирішення соціальних проблем, часто є «бізнес-джерелом» доходу для різних видів соціальної діяльності часто є «бізнесовим» джерелом доходу для багатьох видів соціально соціально орієнтованих організацій та видів діяльності	Ринкові механізми як фінансова база для соціально орієнтованої діяльності
І.О. Каширнікова, К.О. Спірідонова, О.В. Кірнос [4, с. 63]	Соціальне підприємництво - це підприємництво, створене з метою вирішення суспільної проблеми шляхом підприємницької діяльності	Проблемоцентричність, суспільний вплив

Джерело: Створено автором на основі [1, 3, 4, 6]

У науковому дискурсі соціальне підприємництво розглядається через різні концептуальні призми, що відображають багатогранність цього явища. Західні дослідники підкреслюють інноваційний характер соціального підприємництва, визначаючи його як діяльність, спрямовану на створення соціальної цінності через новаторські підходи до вирішення суспільних проблем [7, с. 22].

Інші дослідники акцентують увагу на гібридній природі соціального підприємництва, що поєднує соціальні місії з підприємницькими стратегіями. Цей підхід підкреслює баланс між досягненням соціального впливу та фінансовою стійкістю [8, с. 1-2].

В українському контексті соціальне підприємництво часто розглядається як інструмент вирішення конкретних соціальних проблем, таких як безробіття, соціальна ізоляція та екологічні виклики. Дослідження, проведене в рамках програми Erasmus+, вказує на відсутність офіційного визначення соціального підприємництва в Україні, що створює виклики для його розвитку та правового регулювання [9].

На думку автора, соціальне підприємництво - це не просто бізнес з людським обличчям і не благодійність із фінансовою підтримкою. Його суть полягає в інтеграції двох, на перший погляд, суперечливих логік: ринкової ефективності та соціальної місії. На відміну від класичного бізнесу, воно не орієнтоване на максимізацію прибутку для власника, а прибуток тут - це лише засіб,

а не мета. Водночас, на відміну від традиційної благодійності, соціальне підприємство не залежить повністю від грантів або пожертв, а шукає сталі джерела доходу через підприємницьку діяльність. У цьому поєднанні - його унікальність: вирішення суспільно значущих проблем інструментами економіки.

Таким чином, підходи до визначення соціального підприємництва варіюються від акценту на інноваціях та підприємницькому підході до вирішення соціальних проблем до розгляду його як гібридної моделі, що поєднує соціальні та економічні цілі. В українському контексті особлива увага приділяється вирішенню конкретних соціальних проблем через підприємницьку діяльність, що підкреслює необхідність адаптації міжнародних підходів до місцевих умов.

Соціальне підприємництво виникло як спроба поєднати бізнесову ефективність із соціальною справедливістю. На відміну від класичного підприємництва, яке орієнтоване переважно на прибуток, соціальне підприємництво ставить у центр не збагачення, а вирішення реальних проблем суспільства. Його розвиток став реакцією на те, що традиційна ринкова економіка не завжди здатна подбати про вразливих, про довілля чи рівний доступ до можливостей [13, с. 2].

У XVIII–XIX століттях ідеї кооперації отримали новий розвиток завдяки діяльності Роберта Оуена - британського реформатора, який виступав за створення підприємств, де працівники були одночасно співвласниками. Він бачив у цьому модель справедливого суспільства, де економіка служить людям, а не навпаки [13, с. 3]. Саме завдяки йому з'явилися кооперативні магазини, виробничі об'єднання й навіть система обміну працею - прообраз сучасного соціального підприємництва.

Вже у XX столітті - у 1978 році - в британському коледжі Бічвуд (Йоркшир) було сформульовано підходи, які лягли в основу сучасного розуміння соціального підприємництва [13, с. 3]. Це були підприємства, де кожен учасник мав рівне право голосу, де поряд із фінансовою самодостатністю важливу роль відігравала екологічна відповідальність і створення суспільного блага. Вони дотримувалися принципу Triple Bottom Line - одночасного впливу на економіку, суспільство і довілля [14].

Попри відсутність офіційно затвердженої класифікації або національної статистики, діяльність соціальних підприємств в усьому світі демонструє сталу типологію, яка залежить від типу соціальної місії, економічної моделі та цільової аудиторії (табл. 1.2). Розмаїття їхніх напрямів діяльності можна умовно згрупувати за сферами впливу:

Таблиця 1.2 - Узагальнені види соціального підприємництва та їх характеристика

Вид соціального підприємництва	Опис
1. Інтеграція соціально вразливих категорій населення	Це один із найпоширеніших напрямів, де підприємство створює робочі місця або інші можливості для людей, які зазвичай виключені з ринку праці - осіб з інвалідністю, переселенців, людей, які мали досвід позбавлення волі або багаторічного безробіття. Такі підприємства поєднують професійну адаптацію з психосоціальною підтримкою, діючи як міст між суспільством і групами, що опинились у складних життєвих обставинах.
2. Надання соціальних послуг широкого доступу	Цей напрям охоплює діяльність, пов'язану з доглядом за людьми похилого віку, підтримкою людей з обмеженими можливостями, організацією освітніх ініціатив для дітей і молоді, працевлаштуванням та перекваліфікацією, забезпеченням доступного житла чи медичних послуг. Часто такі підприємства закривають прогалини там, де державна система не справляється або працює неефективно.
3. Розвиток громадських інфраструктур і сервісів	Йдеться про підтримку міського середовища, громадського транспорту, побутових сервісів у громадах - від сортування сміття до прибирання вулиць. Подібні підприємства виконують роль соціальних інфраструктурних агентів і допомагають утримувати публічний простір у гідному стані, залучаючи до цього місцевих жителів.
4. Захист довкілля і екологічні інновації	Окрема група підприємств працює на перетині бізнесу та кліматичних викликів. Це ініціативи, спрямовані на зменшення відходів, перехід на відновлювані джерела енергії, зменшення викидів, циркулярну економіку тощо. Їхня діяльність часто базується на повторному використанні ресурсів, апсайклінгу та низьковуглецевих підходах.
5. Підтримка соціальної справедливості та прав людини	Соціальні підприємства можуть працювати на посилення демократичних процесів, підтримку гендерної рівності, просвіту в сфері прав людини, адвокаційні кампанії, захист свободи слова, інклюзивну політику. Така діяльність має велике значення для розвитку громадянського суспільства.
6. Глобальна солідарність і справедлива торгівля	Частина соціальних підприємств об'єднана ідеєю глобальної рівності - вони працюють з країнами, що розвиваються, забезпечуючи чесні умови торгівлі, підтримуючи місцеві виробництва, фермерів або ремісників. Їхня мета - побудова економічних відносин без експлуатації та колоніального сліду.

Продовження таблиці 1.2

7. Цифрове соціальне підприємництво	У новітньому контексті зростає кількість цифрових платформ, які створені для вирішення соціальних проблем - від онлайн-освіти для малозабезпечених до застосунків для людей із порушеннями зору або слуху. Ці підприємства використовують цифрові інструменти не для прибутку, а для створення інклюзивного цифрового середовища.
--	---

Джерело: Створено автором на основі [10, 11]

Перед тим як ідентифікувати той чи інший бізнес як соціальне підприємство, необхідно переконатися, що він дійсно відповідає ключовим критеріям, які формують суть цього явища. Відмінність соціального підприємництва полягає не лише в тому, що воно «корисне», а в тому, що його організаційна логіка ґрунтується на певних принципах, без яких неможливо реалізувати його повноцінну функцію. Нижче подано основні ознаки, які дозволяють вважати бізнес саме соціальним підприємством:

1. Наявність чітко сформульованої соціальної місії

Соціальне підприємство обов'язково має визначену мету, яка стосується вирішення конкретної суспільної проблеми. Ця місія не є декларативною - вона є рушієм усієї діяльності організації і має бути відображена у стратегії, комунікації та підзвітності [10, с. 4].

2. Інноваційний підхід до вирішення соціальних проблем

Однією з відмінностей соціального підприємництва є використання нових, нетрадиційних або міждисциплінарних методів для досягнення соціального ефекту. Це може бути як нова бізнес-модель, так і нестандартне рішення старої проблеми, що не спрацьовує у традиційних системах [12].

3. Поєднання соціальних і комерційних цілей

Соціальне підприємство працює на межі двох світів: воно має прибуткову діяльність (наприклад, продаж товарів або послуг), однак цей прибуток не є кінцевою метою - він слугує інструментом реалізації соціальної функції [12]. У такій моделі бізнес і місія не розділяються, а працюють як єдина система.

4. Орієнтація на довгострокову стійкість

Соціальне підприємництво не залежить повністю від донорських чи державних коштів. Його модель функціонування побудована так, щоби

забезпечити самозабезпечення або принаймні часткове фінансування за рахунок власної економічної діяльності [12]. Це дозволяє уникати залежності та зберігати незалежність у прийнятті рішень.

5. Системне вимірювання соціального впливу

Відмінною рисою справжнього соціального підприємства є наявність критеріїв, за якими воно може оцінити, наскільки ефективно досягає своєї мети. Це може бути кількість працевлаштованих осіб із вразливих категорій, обсяг зекономлених ресурсів, кількість учасників освітніх програм тощо [12]. Без вимірювання впливу соціальна місія залишається на рівні наміру.

Отже, соціальне підприємництво є складним і багатовимірним феноменом, що поєднує в собі бізнесову логіку з глибокою соціальною місією. Його зміст і форми залежать від історичного контексту, культурних особливостей та потреб конкретного суспільства. Історичний розвиток цього явища демонструє, що прагнення поєднати економічну ефективність із соціальною відповідальністю не є новим, однак саме сьогодні ці ідеї отримують практичну реалізацію в різних організаційних формах. Розмаїття визначень, ознак і видів соціального підприємництва вказує на його гнучкість і здатність адаптуватися до викликів часу. Саме тому соціальне підприємництво розглядається як перспективний інструмент вирішення системних соціальних проблем у XXI столітті.

1.2. Сутність та етапи реалізації глобальних цілей сталого розвитку та їх взаємозв'язок із соціальним підприємництвом

Концепція сталого розвитку виникла як відповідь на зростаючі глобальні екологічні та соціальні виклики. У 1987 році Всесвітня комісія з навколишнього середовища та розвитку ООН, очолювана Гро Гарлем Брундтланд, опублікувала доповідь «Наше спільне майбутнє» (Brundtland Report), де вперше було сформульовано визначення сталого розвитку як «розвитку, що задовольняє

потреби нинішнього покоління, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [15].

Ця доповідь підкреслила необхідність інтеграції економічного зростання, соціальної справедливості та екологічної відповідальності в єдину стратегію розвитку. Вона також звернула увагу на те, що бідність у країнах Півдня та нераціональні моделі споживання в країнах Півночі є основними причинами глобальних екологічних проблем.

Сталий розвиток - це не лише екологічна турбота, а комплексна система, що включає кілька ключових вимірів. Вони формують єдину логіку взаємопов'язаної дії, спрямованої на довгострокову гармонізацію розвитку суспільства, природи та економіки (рис. 1.1).

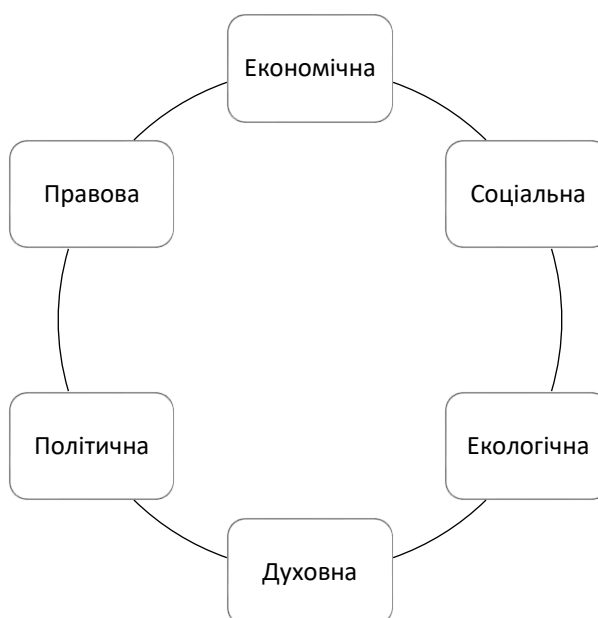


Рис. 1.1 – Складові сталого розвитку

Джерело: Створено автором на основі [16]

1. Економічна складова передбачає раціональне використання природних ресурсів, впровадження екологічно безпечних технологій, зменшення кількості відходів через повторне використання та безпечну утилізацію. Ідеться не лише про ефективне виробництво, а й про створення «зелених» інновацій у всьому ланцюзі створення вартості.

2. Соціальна складова пов'язана зі збереженням стабільного й справедливого суспільства. Вона передбачає доступ до базових благ, зменшення

соціальних конфліктів, захист культурного розмаїття та підтримку вразливих груп населення. Головна ідея - рівні можливості для всіх.

3. Екологічна складова акцентує на збереженні природних систем, які підтримують життя на планеті. Особлива увага приділяється здатності екосистем до відновлення й адаптації до змін, а не фіксації їх у «статичному» стані. Важливо забезпечити баланс між споживанням і самовідновленням природи.

4. Духовна складова відображає рівень свідомості, відповідальності й ціннісного підходу до життя людини. Вона охоплює і питання освіти, й етичного вибору, і смислових орієнтирів, які визначають, куди спрямована діяльність суспільства.

5. Політична складова забезпечує ефективне управління сталими процесами через розвиток публічного управління, партнерств і стратегічного бачення. Йдеться про здатність формувати спільні рішення, що враховують інтереси всіх зацікавлених сторін.

6. Правова складова - це наявність чітких, справедливих і дійсно дієвих норм, які регулюють відносини у сфері сталого розвитку. Це основа відповідальної поведінки держав, бізнесу й громадян у довгостроковій перспективі [16].

У 2015 році Генеральна Асамблея ООН ухвалила резолюцію «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», яка визначила 17 Цілей сталого розвитку (ЦСР) та 169 завдань [17, с. 415]. Ці цілі спрямовані на подолання бідності, захист планети та забезпечення миру і процвітання для всіх людей. Вони є універсальними та взаємопов'язаними, охоплюючи економічні, соціальні та екологічні аспекти розвитку .

Ключові принципи ЦСР:

1. Універсальність: Цілі застосовуються до всіх країн, незалежно від рівня їх розвитку.

2. Інтегрованість: Досягнення однієї цілі сприяє прогресу в інших, що вимагає комплексного підходу.

3. Принцип «нікого не залишити осторонь» (Leave no one behind): Особлива увага приділяється найбільш вразливим групам населення [18].

Соціальне підприємництво має безпосередній зв'язок із реалізацією багатьох Цілей сталого розвитку, оскільки поєднує економічну активність із вирішенням соціально значущих проблем. Нижче подано узагальнений перелік цілей, які найтісніше корелюють із місією соціального підприємництва:

Таблиця 1.3 - Цілі сталого розвитку, дотичні до соціального підприємництва

Ціль ООН	Пояснення
Ціль 1	Подолання бідності в усіх її формах.
Ціль 2	Подолання голоду.
Ціль 4	Забезпечення всеохоплюючої та якісної освіти.
Ціль 5	Досягнення гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок.
Ціль 8	Сприяння стійкому економічному зростанню, продуктивній зайнятості та гідній праці.
Ціль 10	Скорочення нерівності всередині країн та між ними.
Ціль 12	Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання та виробництва.

Джерело: Створено автором на основі [17]

Соціальне підприємництво відіграє важливу роль у досягненні цих цілей, оскільки поєднує економічну діяльність з вирішенням соціальних проблем, сприяючи сталому розвитку суспільства.

Після затвердження Порядку денного сталого розвитку до 2030 року (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development) Генеральною Асамблеєю ООН у 2015 році, реалізація 17 Цілей сталого розвитку (ЦСР) здійснюється у кілька взаємопов'язаних етапів [17, с. 415]:

2015–2020: Початковий етап - формування національних стратегій

На цьому етапі держави-члени ООН мали адаптувати ЦСР до своїх національних пріоритетів та контексту. Більшість країн розробили або оновили власні національні стратегії сталого розвитку, забезпечивши відповідність глобальним цілям [19]. Цей етап був орієнтований на закладення фундаменту політичної волі та інституційної спроможності.

2021–2025: Етап моніторингу, звітності та адаптації

У цей період фокус зміщується на оцінку ефективності реалізації цілей. Країни готують добровільні національні огляди (Voluntary National Reviews), у яких відображають досягнення, труднощі та заплановані зміни. Одночасно проводиться порівняльний аналіз дій урядів, а також обмін практиками через

Глобальний форум зі сталого розвитку [20].

2026–2030: Фаза прискорення - впровадження інновацій і зміцнення партнерств

Фінальний етап покликаний забезпечити масштабування рішень, впровадження інноваційних підходів, зміцнення міжсекторальних зв'язків (держава - бізнес - громадянське суспільство), а також активну мобілізацію ресурсів. Особливу увагу приділяють ініціативам у рамках програми SDG Acceleration Actions, яка збирає практики із прискорення ЦСР по всьому світу [19].

У 2015 році Україна приєдналася до глобальної ініціативи ООН щодо впровадження Цілей сталого розвитку (ЦСР), адаптувавши їх до національного контексту. У 2017 році було затверджено Національну доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна», яка визначила 86 національних завдань та 183 індикатори для моніторингу їх досягнення до 2030 року [21].

У 2019 році Президент України видав Указ №722/2019, яким закріпив ЦСР як орієнтир для розроблення програмних та прогнозних документів [22, с. 4].

Для координації та моніторингу реалізації ЦСР було створено Міжвідомчу робочу групу з питань ЦСР, до складу якої увійшли представники міністерств, Державної служби статистики України, системи ООН в Україні та Національної академії наук України [22, с. 12].

Україна також представила Добровільний національний огляд щодо ЦСР, в якому відзначено прогрес у впровадженні реформ, спрямованих на соціально-економічні перетворення та зміцнення демократичного устрою [22].

Незважаючи на досягнення, Україна стикається з низкою викликів у реалізації ЦСР, зокрема через збройний конфлікт на Сході, тимчасову окупацію територій, зношеність інфраструктури, інституційну слабкість та обмежене фінансування

Проте, зусилля щодо імплементації ЦСР в Україні тривають, зокрема через розробку стратегічних документів, моніторинг прогресу та залучення міжнародної підтримки.

Таким чином, сталий розвиток є багатовимірною концепцією, що охоплює

економічні, соціальні, екологічні, духовні, політичні та правові складові. Соціальне підприємництво, завдяки своїй гібридній природі, що поєднує прибутковість із суспільною місією, виступає потужним інструментом досягнення цих цілей.

1.3. Методичні підходи до аналізу ефективності соціальних підприємств у контексті сталого розвитку

Оцінка ефективності соціальних підприємств (СП) у контексті сталого розвитку потребує інтеграції різноманітних методичних підходів, які враховують економічні, соціальні та екологічні аспекти діяльності. У науковій літературі виділяють кілька ключових методів, що дозволяють комплексно аналізувати вплив СП на досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР).

У таблиці нижче наведено основні підходи до оцінювання ефективності СП, класифіковані за групами відповідно до їх логіки, охоплення та сфери застосування.

Таблиця 1.4 - Класифікація методів оцінки ефективності соціального підприємництва

Група методів	Назва методу
Інтегровані (кількісно-якісні) методи	SROI (Social Return on Investment)
	Модель багатовимірної оцінки стійкості (Multidimensional Sustainability Assessment)
	Методологія Impact Measurement and Management (IMM)
Концептуальні/логіко-структурні методи	Теорія змін (Theory of Change)
	Реалістична оцінка (Realist Evaluation)
Контекстно-залежні підходи	Контекстно-орієнтована стійкість (Context-Based Sustainability)

Джерело: Створено автором на основі [23, 24, 37, 38, 39]

1. Методологія SROI (Social Return on Investment)

Методологія SROI дозволяє кількісно оцінити соціальний, екологічний та економічний вплив діяльності СП, виражаючи його у грошовому еквіваленті. Цей підхід базується на принципах залучення зацікавлених сторін, розуміння змін, оцінки важливих аспектів, прозорості та верифікації результатів [23, с. 81]. SROI широко використовується для оцінки ефективності соціальних інвестицій та управління впливом організацій на суспільство. Формула визначається як:

$$SROI = \frac{\text{чиста теперішня вартість впливу}}{\text{чиста теперішня вартість інвестицій}}$$

Це співвідношення SROI означає, що на кожен вкладену одиницю грошей проект генерує певну одиницю соціальної вигоди. Саме по собі співвідношення не вказує на соціальну цінність [23, с. 82]. Цифра повинна супроводжуватися якісними та описовими доказами.

2. Теорія змін (Theory of Change)

Теорія змін є інструментом планування та оцінки, який допомагає визначити логічні зв'язки між діяльністю СП та очікуваними результатами [24, с. 28-29]. Цей підхід уможливорює візуалізацію процесу досягнення змін, ідентифікування припущень та ризиків, а також визначення показників для моніторингу та оцінки ефективності.

Наприклад, організація The Youth Café розробила власну Теорію змін як стратегічний інструмент для планування, моніторингу та оцінки своєї діяльності [40]. Ця модель базується на чотирьох ключових принципах: ефективність, результативність, релевантність та шлях до самозабезпечення (Journey to Self-Reliance) [40].

Ключові компоненти Теорії змін:

1. Карта результатів (Outcome Map): Візуальне представлення логічних зв'язків між стратегіями організації та очікуваними результатами на різних рівнях - від індивідуального до системного.

2. Припущення та ризики: Документування основних припущень, які лежать в основі ініціатив, включаючи філософські, принципові та контекстуальні

аспекти.

3. "So-That" ланцюги: Послідовність дій та результатів, що демонструє, як конкретні стратегії призводять до бажаних змін [40].

4. Гнучкість та адаптація: Модель передбачає регулярний перегляд та оновлення на основі зворотного зв'язку та змін у зовнішньому середовищі.

Ця Теорія змін дозволяє The Youth Café ефективно планувати та реалізовувати програми, спрямовані на розвиток молоді, з урахуванням специфіки контексту та потреб цільових груп.

3. Реалістична оцінка (Realist Evaluation)

Реалістична оцінка фокусується на розумінні того, як і чому певні інтервенції працюють у конкретних контекстах. Цей підхід враховує взаємодію між контекстом, механізмами та результатами, що дозволяє глибше аналізувати ефективність СП у різних соціальних та економічних умовах [37].

4. Контекстно-орієнтована стійкість (Context-Based Sustainability)

Цей підхід передбачає оцінку ефективності СП з урахуванням специфічних соціальних, економічних та екологічних контекстів, в яких вони функціонують [38]. Він дозволяє визначити, наскільки діяльність СП відповідає потребам та очікуванням зацікавлених сторін, а також сприяє досягненню ЦСР у конкретних умовах.

5. Модель багатовимірної оцінки стійкості (Multidimensional Sustainability Assessment)

Ця модель включає оцінку економічної, соціальної та екологічної стійкості СП за допомогою комплексних індикаторів. Вона дозволяє ідентифікувати сильні та слабкі сторони діяльності СП, а також розробити стратегії для покращення їхнього впливу на сталий розвиток [39].

6. Методологія Impact Measurement and Management (IMM)

Методологія Impact Measurement and Management (IMM) є системним підходом до вимірювання та управління соціальним впливом організацій, вона включає визначення цілей впливу, збір та аналіз даних, а також використання отриманої інформації для прийняття стратегічних рішень [41].

Наприклад, соціальне підприємство Oorja, яке працює в Індії, успішно впровадило ІММ для оцінки свого впливу на громади. Вони співпрацювали з Miller Center та Soract для розробки інфраструктури безперервного навчання та вимірювання впливу, що дозволило їм краще розуміти потреби своїх бенефіціарів та адаптувати свої програми відповідно до отриманих даних [42].

Завдяки цим заходам, Oorja досягла значних результатів:

- Збільшення врожайності: на 6–15% для рису та кукурудзи.
- Розширення асортименту культур: включення картоплі, м'яти та цукрової тростини.
- Зростання доходів фермерів: на 30%.
- Зменшення споживання дизелю: економія 10 000 літрів пального та зменшення викидів CO₂ на 39 тонн [43].

У Європі також існує кілька ініціатив, спрямованих на стандартизацію та покращення оцінки ефективності соціальних підприємств.

Однією з таких ініціатив є Social Reporting Standard (SRS), розроблений у Німеччині. SRS надає структуру для звітності соціальних підприємств, включаючи опис проблеми, цілі, заходи, ресурси та результати [44]. Цей стандарт широко використовується в Європі та підтримується такими організаціями, як Ashoka та Schwab Foundation [44].

Європейська комісія також розробила методологію для вимірювання соціального впливу соціальних підприємств у рамках програми Single Market Act II: ця методологія спрямована на оцінку соціально-економічних вигод, створених соціальними підприємствами, та допомагає демонструвати ефективність інвестицій у соціальну економіку [45].

Крім того, OECD розробила Policy Guide on Social Impact Measurement for the Social and Solidarity Economy, який надає рекомендації щодо вимірювання соціального впливу та сприяє розвитку політик у цій сфері [46].

Іншим прикладом є Reach52, соціальне підприємство, яке надає доступ до медичних послуг у сільських районах Азії та Африки [47]. Reach52 впровадила ІММ для:

- Моніторингу ефективності програм: оцінка впливу на здоров'я населення.
- Оптимізації розподілу ресурсів: використання даних для прийняття рішень щодо розподілу медичних товарів та послуг.
- Залучення інвесторів та партнерів: демонстрація соціального впливу для залучення фінансування.

Завдяки ІММ, Reach52 змогла адаптувати свої програми до потреб громад, забезпечити доступ до якісних медичних послуг та сприяти сталому розвитку охорони здоров'я в сільських районах [47].

Ці моделі та рамки демонструють різноманітність підходів до оцінки ефективності соціального підприємництва та підкреслюють важливість адаптації методів до конкретного контексту та потреб організацій.

Таким чином, використання зазначених методичних підходів дозволяє всебічно оцінити ефективність соціальних підприємств у контексті сталого розвитку, враховуючи специфіку їхньої діяльності та вплив на досягнення ЦСР.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ВПЛИВУ НА РЕАЛІЗАЦІЮ ЦСР

2.1. Поточний стан і динаміка розвитку соціального підприємництва в Україні

Соціальне підприємництво, сутність якого вже була розглянута, становить собою багатогранне явище, що поєднує економічну діяльність із цілеспрямованим вирішенням суспільних проблем. Ця модель набуває особливої актуальності для України, яка проходить через значні соціально-економічні трансформації та стикається з низкою викликів, що потребують інноваційних підходів для забезпечення сталого та інклюзивного розвитку. В умовах сьогодення соціальне підприємництво в Україні виступає не тільки як механізм соціальної інтеграції, але й як дієвий інструмент, що сприяє досягненню глобальних Цілей сталого розвитку, зокрема у сферах подолання бідності, забезпечення якісної освіти, сприяння гідній праці та зменшення нерівності. Метою даного підрозділу є комплексний аналіз поточного стану соціального підприємництва в Україні, вивчення динаміки його розвитку за останні роки, а також визначення ключових особливостей, проблем та перспектив, що характеризують даний сектор в національному контексті.

На міжнародному рівні соціальне підприємництво демонструє значні масштаби. Згідно з доповіддю «Глобальний погляд на соціальне підприємництво» за 2022 рік, у всьому світі функціонувало понад 11,5 мільйонів соціальних підприємств [27, с. 63]. Розвиток цього сектору відрізняється за країнами: у Великій Британії налічувалося близько 130 тисяч таких організацій, у Німеччині – понад 100 тисяч, у Польщі – 30 тисяч, в Італії – близько 20 тисяч, в Австрії – понад 2,5 тисячі, а в Чехії – близько 500 [27, с. 63]. Серед країн-лідерів у сфері соціального підприємництва відзначається Канада, яку у 2019 році було визнано однією з

найкращих країн для ведення такої діяльності.

Соціальне підприємництво в Україні формувалося під впливом трансформаційних соціально-економічних процесів, викликів війни, демократизації та поступової євроінтеграції. Його динаміка відображає перехід від поодиноких ініціатив до системного явища, що охоплює сотні підприємств. У наведеній нижче таблиці представлено ключові періоди еволюції соціального підприємництва в Україні - з моменту здобуття незалежності до сучасного етапу активного розвитку в умовах повномасштабної війни. Кожен етап проілюстровано основними тенденціями, реальними статистичними даними та відповідними джерелами.

Таблиця 2.1 – Етапи становлення та розвитку соціального підприємництва в Україні

Період	Ключові події та тенденції	Статистичні дані
1991–2010 Формування передумов	<ul style="list-style-type: none"> - Ухвалення Закону №875-12 «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю» (1991). - Поява перших ініціатив соціального підприємництва, зокрема проекту «Мережа громадської дії в Україні» (UCAN) у 2004 році. [48] 	Точних даних про кількість соціальних підприємств немає.
2010–2013 Інституційне становлення	<ul style="list-style-type: none"> - Створення консорціуму «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні» (2010). - Проведення тренінгів, відкриття ресурсних центрів, запуск програм кредитування соціальних підприємств. 	У 2013 році діяли лише 41 соціальних підприємств та підприємниць [49, с. 24].
2014–2021 Активізація та структуризація	<ul style="list-style-type: none"> - Зростання кількості соціальних підприємств у відповідь на виклики, пов'язані з конфліктом на сході України. - У 2015 році фонд Western NIS Enterprise Fund запустив ініціативу соціального інвестування, що стало важливим кроком для розвитку сектора, тоді як у 2014 році український дискурс поповнився першою вагомою працею з теми - книгою Катерини Смаглій «Зміни творить кожен із нас», яка задала нову рамку для осмислення соціального підприємництва [48]. - Поява нових ініціатив, спрямованих на підтримку внутрішньо переміщених осіб, ветеранів та інших вразливих груп. 	У 2017 році кількість соціальних підприємств сягнула 150 [49, с. 24]. Станом на 2020 рік їхня кількість зросла до щонайменше 1000.

Продовження таблиці 1.4

2022–дотепер Випробування війною та нові можливості	- Адаптація соціальних підприємств до умов повномасштабної війни. - Переналаштування діяльності на підтримку армії, гуманітарні потреби, допомогу внутрішньо переміщеним особам та постраждалим громадам [50].	За різними оцінками, в Україні існує близько 1000 соціальних підприємств.
---	---	---

Джерело: Створено автором на основі [48, 49, 50]

Що стосується України, то за різними оцінками, до початку повномасштабної війни кількість соціальних підприємств становила близько 1000.

Оцінка точної кількості соціальних підприємств в Україні є складним завданням через відсутність єдиного державного реєстру та законодавчо закріпленого визначення. Незважаючи на це, існують спроби кількісної оцінки сектору. Згідно з одним зі звітів, станом на квітень 2025 року, соціальні підприємства могли становити близько 3% від загальної кількості зареєстрованих мікро-, малих та середніх підприємств в Україні [25].

Інше дослідження 2021 року вказувало, що більшість соціальних підприємств характеризуються невеликими командами (до 6 осіб) та помірними обсягами продажів (до 25 000 євро у 2020 році), що свідчить про переважання малих форм [26]. Важливо враховувати, що ці дані є оціночними і можуть відрізнятися залежно від методології дослідження та динаміки розвитку сектору.

Останні роки, особливо після початку повномасштабної війни, в Україні спостерігається зростаючий інтерес до соціального підприємництва. Це явище активно привертає увагу людей із громадських ініціатив, представників уразливих соціальних категорій, які шукають шляхи для покращення суспільного добробуту, а також підприємців, що прагнуть надати своєму бізнесу соціальний зміст.

У контексті воєнного стану соціальна орієнтованість набуває особливого змісту - вона стала синонімом відповідальності перед суспільством і здатності оперативно реагувати на критичні виклики. Згідно з даними дослідження Gradus Research, 44% громадян під час прийняття споживчих рішень враховують, чи підтримує компанія Збройні сили України, а ще 21% відзначають важливість участі персоналу у волонтерських ініціативах [28].

Соціальні підприємства в Україні функціонують у різних секторах, націлених на вирішення суспільно значущих проблем. Серед ключових напрямків діяльності виділяють: (табл. 2.2)

Таблиця 2.2 – Основні напрями діяльності соціального підприємництва в контексті сталого розвитку

Напрямок діяльності соціального підприємництва	Опис
Соціальна інтеграція та працевлаштування вразливих груп	Створення можливостей зайнятості для вразливих категорій населення, включаючи людей з інвалідністю, ветеранів та ВПО.
Надання соціальних послуг	Діяльність, спрямована на задоволення потреб суспільства у сферах освіти, охорони здоров'я, підтримки малозабезпечених верств населення.
Екологічні проєкти	Ініціативи, що стосуються захисту довкілля, поводження з відходами, впровадження сталих практик.
Розвиток громад	Проєкти, спрямовані на посилення місцевих громад, розвиток соціальної інфраструктури та підтримку локальної економіки.

Джерело: Створено автором на основі [2]

В Україні сформувався ряд ініціатив, які втілюють соціальне підприємництво в різних галузях, демонструючи його здатність вирішувати конкретні соціальні проблеми.

У липні 2011 року у Львові з'явилась соціальна пекарня «Горіховий дім», яка спрямовує свій прибуток на підтримку Центру інтегральної опіки для жінок у кризових ситуаціях [29].

Піцерія «Pizza Veterano» - приклад соціального бізнесу, орієнтованого на підтримку ветеранів. Заклад не лише створює робочі місця для учасників бойових дій, а й спрямовує 10% прибутку на їх підтримку. Додатково діє бонусна система, а клієнти можуть оплатити піцу для військових у шпиталях або на вокзалах. Переважна більшість персоналу - це колишні військові [30].

У Києві працює благодійний магазин «Ласка» - перший подібний проєкт в Україні. Він поєднує продаж нових речей українських брендів з уживаним одягом. Близько 40% прибутку спрямовується на благодійність, а 70–80% речей передаються як гуманітарна допомога. Загалом за період існування магазин передав 619 668 грн та майже 159 тонн речей нужденним [31].

На Львівщині діє тепличне господарство «ГоРодина», яке забезпечує роботою людей у складних обставинах. Його модель поєднує екологічне виробництво з ресоціалізацією вразливих груп [33].

Прикладом системного підходу до соціального підприємництва є діяльність Вінницького міжрегіонального центру професійної реабілітації інвалідів «Поділля», де функціонують швейне виробництво, майстерня з ремонту взуття та кухня [32]. Мета - професійна підготовка людей з інвалідністю працездатного віку.

Ще одним важливим кейсом став ресторан «Інші», відкритий у Львові після початку повномасштабної війни відомим ресторатором Євгеном Клопотенком. Хоч заклад офіційно не позиціонується як соціальне підприємство, його модель ґрунтується на ключових принципах соціального бізнесу: безкоштовне харчування для тих, хто не може оплатити, фінансується за рахунок звичайних клієнтів, пожертв і благодійності [34]. Також у ресторані працевлаштовано внутрішньо переміщених осіб.

Успішна реалізація таких ініціатив вказує на необхідність посилення державної підтримки сектора - через спрощення доступу до фінансів, навчальні програми, пільги, держзакупівлі. Важливо також посилити обізнаність населення про СП - у рамках навчальних курсів, інформаційних кампаній або через спеціалізовані онлайн-платформи. Яскравий приклад - сайт “Соціальне підприємництво в Україні”, де систематизовано інформацію про діючі ініціативи та партнерські можливості [35].

В Україні соціальне підприємництво досі не має окремого юридичного статусу, що створює низку викликів для суб'єктів цього сектора [36]. На відміну від країн ЄС, де соціальне підприємство може мати статус «cooperative», «community interest company» чи «social enterprise», вітчизняні підприємці змушені обирати одну з наявних форм - ТОВ, ФОП або громадську організацію - залежно від моделі діяльності [36]. Така ситуація ускладнює як ідентифікацію соціальних підприємств, так і надання їм пільг чи цільової підтримки.

Наявна законодавча прогалина обмежує доступ до фінансування та участь у публічних закупівлях для таких підприємств. Як зазначається у звіті Erasmus+,

відсутність чіткого визначення соціального підприємництва в Україні гальмує його правову інституалізацію, знижує рівень довіри та створює перешкоди для міжнародної співпраці [9].

У той же час, деякі ініціативи функціонують через гібридну структуру: наприклад, соціальне підприємство одночасно зареєстроване як ГО (для донорської підтримки) і ТОВ (для ведення комерційної діяльності). Це дозволяє гнучко поєднувати соціальну місію з ринковими механізмами, проте ускладнює звітність і облік.

Водночас, у 2021 році в межах проєкту "Соціальне підприємництво як інноваційний механізм вирішення соціальних проблем" (реалізованого за підтримки EU4Youth) було розроблено Класифікатор видів діяльності соціальних підприємств України (КВДЕ СП). Його мета - створити системну основу для обліку, моніторингу й аналітики соціального підприємництва в Україні [37].

Цей класифікатор не має юридичної сили, однак він став першим кроком до формалізації сектора, дозволяючи дослідникам, донорам і державним інституціям структурувати дані про СП за сферами діяльності, типами послуг та категоріями бенефіціарів.

У рамках чинного КВЕД-2010 деякі коди можуть бути релевантними для соціальних підприємств, залежно від їхньої діяльності [48]. Наприклад:

Таблиця 2.3 - Основні види економічної діяльності (КВЕД), релевантні для соціального підприємництва в Україні

Код КВЕД	Опис виду діяльності
88.10	Надання соціальної допомоги без забезпечення проживання для осіб похилого віку та інвалідів
88.99	Надання іншої соціальної допомоги без забезпечення проживання
96.09	Надання інших індивідуальних послуг, не віднесених до інших категорій

Джерело: Створено автором на основі [48]

Однак ці коди не відображають специфіку соціального підприємництва як окремого явища. Відсутність спеціального КВЕД для соціальних підприємств ускладнює їхню ідентифікацію та підтримку на державному рівні.

Отже, соціальне підприємництво в Україні продовжує еволюціонувати: від перших поодиноких ініціатив до більш структурованого, хоча й досі недостатньо унормованого сектору. Попри відсутність чіткого правового статусу, розпорошеність статистичних даних і обмеженість у ресурсах, цей напрям демонструє позитивну динаміку, високу гнучкість у відповідь на виклики та суттєвий потенціал у реалізації Цілей сталого розвитку. Його подальше зростання залежить не лише від ентузіазму самих підприємців, а й від формування сприятливого середовища: законодавчого регулювання, доступу до фінансів, освітніх програм і суспільної підтримки. Саме завдяки таким умовам соціальне підприємництво зможе стати потужним інструментом не лише для вирішення конкретних соціальних проблем, а й для формування згуртованого, стійкого та справедливого суспільства.

2.2. Дослідження внеску соціальних підприємств у досягнення Цілей сталого розвитку на прикладі реальних кейсів

Соціальне підприємництво (СП) розглядається як ефективний інструмент для досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР), оскільки поєднує інноваційні бізнес-моделі з вирішенням соціальних та екологічних проблем. Цей підхід дозволяє підприємствам не лише генерувати прибуток, але й створювати позитивний вплив на суспільство та довкілля.

Для оцінки внеску соціальних підприємств у досягнення ЦСР доцільно застосовувати методологію кейс-стаді (case study), яка дозволяє глибоко аналізувати конкретні приклади підприємств, їхні стратегії та результати діяльності. Цей підхід забезпечує розуміння механізмів, через які соціальні підприємства сприяють реалізації конкретних ЦСР.

Для вимірювання внеску соціальних підприємств у досягнення ЦСР буде використана методологія Theory of Change яка була розглянута раніше.

За даними Schwab Foundation, станом на 2024 рік у світі налічується близько 10 мільйонів соціальних підприємств, які створюють приблизно 200 мільйонів робочих місць та генерують близько 2 трильйонів доларів доходу щорічно [51].

У цьому підрозділі розглянуто лише ті Цілі сталого розвитку, що найбільш безпосередньо пов'язані із сутністю соціального підприємництва - боротьба з бідністю, голодом, освітня та гендерна рівність, гідна праця, зменшення нерівності та відповідальне споживання (табл. 1.3). Саме в цих напрямках соціальні підприємства демонструють найбільший реальний вплив, що підтверджується статистичними даними, прикладами та логікою змін. Такий вибір дозволяє глибше проаналізувати практичний внесок СП у досягнення ЦСР.

ЦСР 1: Подолання бідності

За даними Всесвітнього економічного форуму, у світі існує приблизно 10 мільйонів соціальних підприємств, які щорічно генерують близько 2 трильйонів доларів доходу та створюють понад 200 мільйонів робочих місць [52]. Ці підприємства відіграють важливу роль у зменшенні бідності, створюючи гідні робочі місця та сприяючи економічному зростанню.

Згідно з даними Департаменту економічних і соціальних справ ООН, у 2013 році приблизно 767 мільйонів людей жили за межею міжнародного рівня бідності (\$1,90 на день), що менше порівняно з 1,7 мільярда у 1999 році [53]. Це свідчить про значний прогрес у боротьбі з бідністю, до якого соціальні підприємства зробили вагомий внесок.

Village Enterprise - неприбуткова організація, що працює в Африці, яка допомагає найбільш вразливим верствам населення, що живуть у крайній бідності в сільських районах, започаткувати стійкий бізнес та розірвати коло бідності [54]. Станом на 2024 рік Village Enterprise допомогла майже 300 000 людям у країнах, включаючи Уганду, Кенію, Руанду, Ефіопію, Демократичну Республіку Конго, Конго-Браззавіль, Мозамбік та Танзанію, стати підприємцями, і 83% з них - жінки [54].

Theory of Change Village Enterprise - логічна модель змін:

Ідентифікація вразливих громад → Підприємницьке навчання → Стартові

гранти → Створення мікробізнесів → Менторська підтримка → Зростання доходів
 → Покращення якості життя → Зменшення бідності

The BOMA Project - неприбуткова організація, що працює в Північній Кенії, яка надає жінкам, що живуть у бідності, освітні, фінансові та технологічні ресурси для створення стійких засобів до існування та подолання бідності [55]. З 2009 року BOMA допомогла 26 614 жінкам започаткувати нові бізнеси та вплинула на 133 070 дітей, які перебувають на їхньому утриманні, також повідомляючи про збільшення здатності учасників забезпечувати їжу, оплачувати навчання та медичну допомогу [55].

Theory of Change The BOMA Project - логічна модель змін:

Вибір жінок у бідності → Навчання підприємництву → Фінансова підтримка (гранти) → Групи підтримки та наставництво → Запуск бізнесів → Стабільні доходи → Оплата освіти/медицини → Скорочення міжпоколінної бідності

ЦСР 2: Подолання голоду

Соціальні підприємства поєднують підприємницькі підходи з соціальною місією, спрямованою на вирішення проблем продовольчої безпеки. Вони впроваджують інноваційні моделі, що включають:

- Підвищення продуктивності малих фермерських господарств через доступ до якісного насіння, добрив та агротехнічних знань.
- Розвиток коротких ланцюгів постачання продовольства, що зменшує втрати та забезпечує свіжість продуктів [57].
- Використання цифрових технологій для покращення доступу до ринків та інформації.

Ці підходи сприяють підвищенню доходів фермерів, покращенню харчування та зменшенню залежності від зовнішньої допомоги.

За даними ООН, у 2019 році близько 690 мільйонів людей у світі страждали від голоду, що становить 8,9% світового населення [56].

У 2020 році пандемія COVID-19 призвела до значного зростання продовольчої небезпеки, особливо в країнах з низьким рівнем доходу.

One Acre Fund - соціальне підприємство, що надає малим фермерам у Східній Африці доступ до фінансування, насіння, добрив та агрономічних знань. У 2020 році фермери, які співпрацювали з One Acre Fund, повідомили про 33% збільшення прибутку порівняно з тими, хто не брав участі в програмі [58].

Theory of Change One Acre Fund - логічна модель змін:

Ідентифікація малих фермерів → Надання фінансування та агрономічних знань → Покращення врожайності → Збільшення доходів → Покращення харчування та добробуту → Зменшення голоду

Fair Planet - ізраїльська неприбуткова організація, що працює в сільських громадах Східної Африки для підвищення продовольчої безпеки та надання економічних можливостей малим фермерам. Організація забезпечує доступ до високоякісного насіння та навчає фермерів ефективним агротехнічним практикам. У 2020 році фермери, які брали участь у програмі в Ефіопії, досягли врожайності томатів у 32 150 кг/га, що значно перевищує національний середній показник у 5 590 кг/га [59].

Theory of Change Fair Planet - логічна модель змін:

Оцінка потреб фермерів → Надання високоякісного насіння → Навчання ефективним агротехнічним практикам → Підвищення врожайності → Збільшення доходів → Покращення харчування → Зменшення голоду

ЦСР 4: Якісна освіта

Соціальні підприємства в сфері освіти поєднують підприємницькі підходи з соціальною місією, спрямованою на вирішення освітніх проблем. Вони впроваджують інноваційні моделі, що включають:

- Розширення доступу до освіти для вразливих груп, включаючи біженців, дівчат та мешканців сільських районів.
- Використання цифрових технологій для покращення якості та доступності освіти.
- Розвиток навичок 21-го століття, таких як критичне мислення, підприємництво та цифрова грамотність.

За даними ООН, між 2015 та 2021 роками рівень завершення початкової

освіти зріс з 85% до 87%, нижчої середньої - з 74% до 77%, а вищої середньої - з 54% до 58% [60].

Однак понад 260 мільйонів дітей та молоді не відвідують школу, і ця кількість залишається стабільною [61].

Соціальні підприємства, що працюють у сфері освіти, демонструють ефективність у зменшенні освітньої нерівності та покращенні доступу до якісної освіти для вразливих груп населення [62].

DOT - канадська неприбуткова організація, що надає молоді в усьому світі навчальні програми з технологій, підприємництва та лідерства [63]. З моменту заснування у 2001 році DOT навчила понад 3 мільйони молодих людей у 25 країнах, 70% з яких - жінки [63].

Theory of Change Digital Opportunity Trust (DOT) - логічна модель змін:

Ідентифікація молоді з обмеженим доступом до освіти → Навчання цифровим навичкам, підприємництву та лідерству → Підвищення впевненості та самозайнятості → Покращення економічного становища та якості життя

The School Fund - платформа краудфандингу, яка надає стипендії для учнів середніх шкіл у країнах, де відсутня безкоштовна державна середня освіта. Організація допомагає студентам, які не можуть дозволити собі оплату навчання, отримати доступ до освіти.

Theory of Change The School Fund - логічна модель змін:

Виявлення учнів, які не можуть оплатити навчання → Надання стипендій через краудфандингову платформу → Забезпечення доступу до середньої освіти → Підвищення рівня освіти та можливостей працевлаштування

ЦСР 5: Гендерна рівність

Соціальні підприємства поєднують підприємницькі підходи з соціальною місією, спрямованою на вирішення проблем гендерної нерівності. Вони впроваджують інноваційні моделі, що включають:

- Підвищення економічної участі жінок через створення робочих місць та підтримку жіночого підприємництва.
- Освітні програми для дівчат та жінок, спрямовані на розвиток навичок

та підвищення обізнаності про права.

– Ініціативи з боротьби з гендерно зумовленим насильством та шкідливими традиціями, такими як дитячі шлюби.

За даними ООН, 19% жінок у віці від 15 до 49 років у 87 країнах повідомили, що зазнали фізичного та/або сексуального насильства з боку інтимного партнера протягом останніх 12 місяців [64].

У Європейському Союзі рівень зайнятості жінок зріс з 60,6% у 2009 році до 70,2% у 2023 році, тоді як для чоловіків цей показник зріс з 74,0% до 80,4% за той же період [65]. Це призвело до зменшення гендерного розриву в зайнятості на 3,2 процентних пункти між 2009 і 2023 роками [65].

Дослідження Asimpen показало, що соціальні підприємства, очолювані жінками, можуть генерувати більше доходів, ніж ті, що очолюються чоловіками, і що інтеграція гендерних стратегій у соціальний бізнес сприяє економічному зростанню [66].

Milaan Foundation - неприбуткова організація, що працює в Індії, спрямована на запобігання дитячим шлюбом та гендерно зумовленому насильству серед підлітків. Їхня програма "Girl Icon" з 2015 року реалізувала 953 соціальні проекти та вплинула на понад 10 000 дівчат-підлітків [67]. У 2021 році всі учасниці програми продовжили середню освіту, а 80% - вищу освіту, 95% дівчат відклали ранній шлюб, і понад 50 дитячих шлюбів було зупинено [67].

Theory of Change Milaan Foundation - логічна модель змін:

Ідентифікація дівчат із вразливих громад → Навчання лідерству та правам → Реалізація соціальних проектів → Підвищення обізнаності в громадах → Зменшення дитячих шлюбів та насильства → Розширення прав і можливостей дівчат

Eliezah Foundation Initiative Uganda - неприбуткова організація, що працює в Уганді, спрямована на безпеку жінок та соціальне підприємництво. Використовуючи підхід "Жінки перш за все", організація надає притулки, юридичну підтримку та бізнес-навчання для жінок, з 2010 року вона підтримала понад 600 000 жінок і дівчат, сприяючи їхньому розвитку та безпеці [68].

Theory of Change Eliezah Foundation Initiative Uganda - логічна модель змін:

Виявлення жінок у небезпеці → Надання притулку та юридичної підтримки
→ Навчання бізнес-навичкам → Створення соціальних підприємств → Економічна незалежність жінок → Зменшення гендерного насильства та нерівності

ЦСР 8: Гідна праця та економічне зростання

Соціальні підприємства поєднують підприємницькі підходи з соціальною місією, спрямованою на вирішення проблем зайнятості та економічного розвитку. Вони впроваджують інноваційні моделі, що включають:

- Створення робочих місць для вразливих груп населення, включаючи жінок, молодь, людей з інвалідністю та довготривало безробітних.
- Розвиток місцевих економік через підтримку малого та середнього бізнесу, кооперативів та місцевих ініціатив.

За даними ООН, у 2022 році рівень безробіття у світі становив 5,8%, що є покращенням порівняно з 6,6% у 2021 році, але все ще вище рівня до пандемії COVID-19. У 2020 році соціальні підприємства в Європі забезпечили понад 13 мільйонів робочих місць, що становить приблизно 6,3% загальної зайнятості в регіоні [69].

Дослідження в Уганді показало, що соціальні підприємства сприяють створенню робочих місць, особливо для молоді та жінок, та покращують умови праці [70].

Banco Palmas - бразильський громадський банк, заснований у 1998 році в районі Конжунту Палмейрас міста Форталеза. Банк впроваджує принципи "солідарної соціально-економічної системи", надаючи мікрокредити та впроваджуючи місцеву валюту "палма" для стимулювання місцевої економіки [71]. Це сприяє створенню робочих місць, розвитку місцевого бізнесу та зменшенню бідності.

Theory of Change Banco Palmas - логічна модель змін:

Ідентифікація потреб громади → Надання мікрокредитів та впровадження місцевої валюти → Розвиток місцевого бізнесу → Створення робочих місць → Зменшення бідності → Стійке економічне зростання

ЦСР 10: Зменшення нерівності

Соціальні підприємства поєднують підприємницькі підходи з соціальною місією, спрямованою на вирішення проблем нерівності. Вони впроваджують інноваційні моделі, що включають:

- Підвищення економічної участі вразливих груп через створення робочих місць та підтримку підприємництва.
- Освітні програми та цифрову інклюзію для зменшення інформаційної нерівності.

За даними ООН, у 2023 році кількість біженців досягла рекордного рівня - 35,8 мільйона осіб, а понад 8 000 мігрантів загинули або зникли безвісти під час переміщення [72].

У багатьох країнах доходи найбідніших 40% населення зростали швидше за середній національний рівень, однак розрив у доходах між найбіднішими та найбагатшими країнами збільшився [72].

Дискримінація за віком, статтю, релігією, расою або переконаннями впливає на кожну шосту людину у світі.

Tech Herfrica - неприбуткова організація, що сприяє цифровій та фінансовій інклюзії жінок і дівчат у сільських районах Африки. Організація надає доступ до цифрових інструментів, навчання та ресурсів для розвитку жіночого підприємництва, заснована у 2023 році, Tech Herfrica вже впровадила програми в шести африканських країнах, включаючи Нігерію, Гану та Кенію [73].

Theory of Change Tech Herfrica - логічна модель змін:

Виявлення жінок у сільських районах → Надання цифрових інструментів та навчання → Розвиток жіночого підприємництва → Підвищення доходів та економічної незалежності → Зменшення цифрової та економічної нерівності

ЦСР 12: Відповідальне споживання та виробництво

Соціальні підприємства поєднують підприємницькі підходи з соціальною та екологічною місією, спрямованою на вирішення проблем надмірного споживання та неефективного виробництва. Вони впроваджують інноваційні моделі, що включають:

- Зменшення харчових відходів через ініціативи з перерозподілу їжі та підвищення обізнаності споживачів.
- Переробку та повторне використання матеріалів, зокрема в текстильній та модній індустрії.

У 2022 році 19% усієї їжі на стадії роздрібної торгівлі або споживання було втрачено, що становить 1,05 мільярда тонн, більшість харчових відходів припадає на домогосподарства (60%) [74].

З 2015 по 2022 рік внутрішнє споживання матеріалів (DMC) зросло на 5,8%, а матеріальний слід (MF) - на 6,8%, що свідчить про зростаючий тиск на ресурси [75].

Тільки 9 з 193 країн включили питання харчових відходів до своїх національно визначених внесків у 2022 році, що ускладнює досягнення цілі скорочення харчових відходів на 50% до 2030 року [75].

Infinited Fiber розробила технологію, що дозволяє перетворювати текстильні відходи на нове, високоякісне волокно, яке може бути використане для виробництва одягу, сприяючи циркулярній економіці в модній індустрії [76].

Theory of Change Infinited Fiber - логічна модель змін:

Збір текстильних відходів → Переробка відходів у нове волокно → Виробництво одягу з переробленого матеріалу → Зменшення потреби у первинних ресурсах → Сприяння циркулярній економіці

У підрозділі 2.2 ми розглядаємо, яким чином соціальні підприємства не лише заробляють прибуток, а й створюють конкретну цінність для вразливих груп та суспільства загалом. Для оцінки впливу СП на досягнення ЦСР вирішено провести аналіз ефективності “Pizza Veterano” щодо досягнення ЦСР 1 («Подолання бідності») і ЦСР 8 («Гідна праця»). Для цього обрано метод SROI (Social Return on Investment) - він показує, скільки гривень соціальної вигоди генерується на кожну вкладену гривню.

Доцільність SROI визначається такими його аспектами:

- Перетворює нематеріальні результати (зростання доходів ветеранів, економія бюджету на соціальні виплати) у грошовий еквівалент.

- Допомагає порівняти «соціальну віддачу» із фінансовими витратами підприємства.
- Сприяє прозорості й обґрунтованому прийняттю рішень - інвестори, донори й державні органи бачать конкретні цифри впливу.

Далі наведено покроковий розрахунок SROI для 2024 р., із фактичними даними про чистий прибуток, кількість ветеранів у штаті та припущеннями щодо зміни їх доходів і економії соцвиплат.

Показник вираховується за формулою:

$$SROI = \frac{SI}{I}, \quad (2.1)$$

де: SI – соціальний вплив,

I – інвестиції.

Таблиця 2.4 – Вхідні дані

Показник	Позначення	Значення	Джерело / Примітка
Чистий прибуток (2024)	ЧП(2024)	550 900 ₴	[100]
Ставка пожертв	—	10 %	внутрішня політика СП
Інвестиції (пожертви)	I	55 090 ₴	$0,10 \times \text{ЧП}(2024)$
Кількість ветеранів у штаті	N	50	[99]
Середній дохід ветерана до працевлаштування	—	3 000 ₴/міс	припущення (стандартна допомога від держави)
Середній дохід ветерана після працевлаштування	—	30 000 ₴/міс	З даних вакансій
Δ доходу ветерана	Δ_i	27 000 ₴/міс	30 000 – 3 000

Джерело: Створено автором на основі [30, 99, 100]

Таблиця 2.5 – Розрахунки соціального впливу

Показник	Формула	Значення
Δ доходу від працевлаштування (за рік)	$\Delta_i \times N \times 12$	$27\,000 \times 50 \times 12 = \mathbf{16\,200\,000\,₴}$
Економія соцдоплат державі (за рік)	$(\text{дохід до працевлаштування}) \times N \times 12$	$3\,000 \times 50 \times 12 = \mathbf{1\,800\,000\,₴}$
Соціальний вплив (SI)	Δ доходу + економія	$16\,200\,000 + 1\,800\,000 = \mathbf{18\,000\,000\,₴}$
Інвестиції (I)	ставка пожертв \times ЧП ₍₂₀₂₄₎	$0,10 \times 550\,900 = \mathbf{55\,090\,₴}$
SROI	SI / I	$18\,000\,000 / 55\,090 \approx \mathbf{326,9}$

Джерело: Створено автором

За підсумками аналізу, «Pizza Veterano» демонструє значний внесок у реалізацію ЦСР 1 і ЦСР 8:

– ЦСР 1 «Подолання бідності». Завдяки працевлаштуванню ветеранів та суттєвому зростанню їхніх доходів (з 3000 до 30000 ₴/міс), підприємство допомогло підвищити загальний річний дохід цієї вразливої групи на 16200000₴, одночасно знизивши потребу у соціальних виплатах державі на додаткові 1800000₴.

– ЦСР 8 «Гідна праця». Створивши 50 робочих місць із середньою зарплатою 30 000 ₴, «Pizza Veterano» забезпечило стабільний та достатній рівень доходу для учасників проєкту, укріпивши їхню економічну безпеку та соціальну інтеграцію.

Відтак, за 2024 рік кожна вкладена гривня «Pizza Veterano» сприяє створенню приблизно 327₴ соціальної вигоди, що є чітким показником ефективності інвестицій у соціальні програми. Такий високий коефіцієнт SROI свідчить про те, що модель соціального підприємництва не лише фінансово життєздатна, а й безпосередньо прискорює досягнення Цілей сталого розвитку, перетворюючи бізнес-результати на реальні соціальні блага.

У таблиці нижче зібрано ключові агреговані показники впливу сектору соціального підприємництва на масштаби досягнення ЦСР за даними Світового економічного форуму. Ці метрики демонструють:

1. Фінансові ресурси, які генерують соціальні інновації (середній дохід на одне СП).
2. Економічний імпакт - наскільки активно СП створюють робочі місця.
3. Соціальне охоплення - скільки людей отримують прямий вигреш від діяльності кожного СП та яка частина світового населення залучена в ці процеси.
4. Ресурсна інтенсивність - який обсяг доходів припадає на одного бенефіціара.

Ці показники дають змогу оцінити загальний «відбиток» соціального підприємництва на ключові цілі сталого розвитку, такі як гідна праця (ЦСР 8), подолання бідності (ЦСР 1) та скорочення нерівності (ЦСР 10).

Таблиця 2.6 – Вхідні дані для розрахунку глобальних показників впливу СП

Показник	Значення
Загальний річний дохід SP	2 000 000 000 000 USD
Кількість соціальних підприємств	10 000 000
Кількість створених робочих місць	200 000 000
Кількість охоплених осіб	931 000 000
Світова популяція (2025)	8 184 000 000

Джерело: Створено автором на основі [101]

Таблиця 2.7 - Глобальні показники впливу СП

Показник	Формула	Значення
Середній дохід на підприємство	$2,000,000,000,000, \$USD \div 10\,000\,000$	200 000 USD
Середня кількість робочих місць / СП	$200\,000\,000 \text{ роб.м.} \div 10\,000\,000$	20 робочих місць
Середня кількість охоплених осіб / СП	$931\,000\,000 \text{ ос.} \div 10\,000\,000$	93,1 особи
Валовий охоплення населення	$931\,000\,000 \div 7\,800\,000\,000 \text{ (світова популяція)} \times 100\%$	11,9 % населення
Доходи на одну охоплену особу	$\$2\,000\,000\,000\,000 \div 931\,000\,000$	$\approx 2\,148 \text{ USD}$

Джерело: Створено автором на основі [101]

Таблиця 2.8 - Індекси агрегованого впливу соціального підприємництва на ЦСР

Індекс	Формула	Розрахунок	ЦСР
Job Creation Index (JCI)	кількість робочих місць / число СП	$200\,000\,000 / 10\,000\,000 = \mathbf{20 \text{ робочих місць/СП}}$	ЦСР 8 «Гідна праця»
Beneficiary Reach Index (BRI)	кількість охоплених осіб / число СП	$931\,000\,000 / 10\,000\,000 = \mathbf{93,1 \text{ осіб/СП}}$	ЦСР 1 «Подолання бідності», ЦСР 10 «Скорочення нерівності»
Impact Efficiency Index (IEI)	$BRI / JCI = (\text{осіб/СП}) / (\text{робочих місць/СП})$	$93,1 / 20 = \mathbf{4,66 \text{ осіб на робоче місце}}$	ЦСР 8
Revenue per Job Index (RJI)	середній дохід на СП / JCI	$200\,000 \text{ USD} / 20 = \mathbf{10\,000 \text{ USD/робоче місце}}$	ЦСР 8

Продовження таблиці 2.8

Revenue per Beneficiary Index (RBI)	середній дохід на СП / BRI	200 000 USD / 93,1 = ≈2 148 USD/особу	ЦСР 1
Coverage Rate (CR)	охоплені особи / світове населення ×100 %	(931 000 000 / 7 800 000 000)×100 = 11,94 %	ЦСР 1–10

Джерело: Створено автором

Таблиця демонструє, що сектор соціального підприємництва має багатовимірний вплив на реалізацію Цілей сталого розвитку:

1. Створення робочих місць (JCI = 20)

Кожне соціальне підприємство в середньому генерує 20 нових робочих місць (ЦСР 8). Це означає масову інтеграцію вразливих груп у формальний ринок праці та підвищення економічної самостійності громад.

2. Охоплення бенефіціарів (BRI ≈ 93)

В середньому кожне СП підтримує близько 93 осіб (ЦСР 1, 10). Такий показник свідчить про широку соціальну мережу, яку створюють підприємці - від прямих вигод (доходи, послуги) до непрямих (навички, соціальна інтеграція).

3. Ефективність масштабування (IEI ≈ 4,66)

На кожне створене робоче місце припадає майже 5 бенефіціарів, що вказує на високу ефективність розподілу ресурсів: підприємства не лише працевлаштовують людей, а й охоплюють додаткові уразливі категорії (волонтери, учасники освітніх програм тощо).

4. Ресурсна інтенсивність (RJI = 10 000 USD/job, RBI ≈ 2 148 USD/person)

Для створення одного робочого місця потрібно в середньому 10 000 USD доходу підприємства, а для забезпечення одного бенефіціара - близько 2 148 USD. Ці цифри можуть слугувати базою для порівняння моделей СП та планування інвестицій у нові ініціативи.

5. Широке охоплення (CR ≈ 11,94 %)

Практично 12 % світового населення вже відчули позитивний вплив соціального підприємництва. Це підкреслює масштабний глобальний «відбиток» сектору та його потенціал допомогти у досягненні більшості ЦСР.

Загалом отримані індекси підтверджують, що соціальні підприємства здатні одночасно вирішувати економічні (гідна праця, створення доходів) й соціальні

завдання (зменшення бідності, скорочення нерівності), забезпечуючи ефективне та масштабоване досягнення Цілей сталого розвитку.

2.3. Проблеми та бар'єри розвитку соціального підприємництва на макро- та мікроекономічних рівнях

Попри зростаючий інтерес до соціального підприємництва як інструменту вирішення актуальних суспільних проблем, на практиці ця модель стикається з численними викликами, які ускладнюють її ефективне функціонування та масштабування. У дослідженнях зазначається, що при аналізі успіху соціальних підприємств нерідко основна увага фокусується на особистих якостях засновника, а не на зовнішніх умовах або системних бар'єрах. Аналогічно, у випадках провалу причини часто шукають у суб'єктивних помилках керівництва, хоча насправді невдача може бути зумовлена складною ринковою кон'юнктурою чи впливом інституційного середовища [77].

Особливістю соціального підприємництва є його двоїстість: поєднання соціальної мети та бізнес-логіки, це поєднання призводить до напруги між необхідністю отримувати фінансовий прибуток та досягати соціального впливу [78]. Іноді фокусування на одній зі складових – соціальній або економічній – негативно впливає на іншу. Це може призводити до серйозного конфлікту цілей, труднощів у їх вимірюванні й визначенні пріоритетів. Перевага комерційної складової здатна розмивати соціальну місію, тоді як надмірна концентрація на суспільній користі може поставити підприємство на межу виживання [78].

У контексті України, В. Назарук окреслив три фундаментальні перешкоди: прогалини у правовому полі, нестача фінансових ресурсів та обмежений доступ до навчальних програм і практичних майданчиків для підприємців [79]. Найбільшою проблемою досі залишається складність у залученні стартового капіталу: соціальні підприємства часто не здатні конкурувати з класичним бізнесом у боротьбі за

інвестиції [80].

Іншим важливим бар'єром є брак стандартизованих підходів до оцінювання соціального впливу. Це унеможлиблює чітку демонстрацію результатів роботи підприємства перед потенційними донорами, інвесторами та громадськістю, знижуючи їхню зацікавленість і рівень довіри [79].

На основі досліджень було систематизовано найбільш поширені труднощі, які соціальні підприємці стикаються у своїй щоденній практиці [80]. Їх умовно поділяють на три групи: ресурсні, фінансові та системні (табл. 2.4).

До ресурсних проблем належать складнощі з пошуком приміщень для діяльності, доступного стартового капіталу та необхідних матеріальних ресурсів. Часто оренда нерухомості навіть на пільгових умовах виявляється надто обтяжливою для підприємств, орієнтованих не на прибуток, а на соціальний результат [81, с. 41].

Додатковими труднощами є нестача обладнання, а також відсутність інвесторів, які готові підтримати соціальний сектор.

Таблиця 2.4 - Категорії викликів для СП

Ресурсні	Фінансові	Комунікаційні	Системні
<ul style="list-style-type: none"> • Приміщення • Земля • Матеріали 	<ul style="list-style-type: none"> • Стартовий капітал • Можливості отримати кредит • Податки • Орендна плата 	<ul style="list-style-type: none"> • Взаємодія з держустановами • Взаємодія з інвесторами • Підбір працівників 	<ul style="list-style-type: none"> • Відсутність статусу та форми реєстрації • Несприйняття суспільством
Карантин			
Особливий виклик для всіх соціальних підприємств			

Джерело: [81, с. 42]

У сфері фінансів найбільш чутливими виявляються податкове навантаження, витрати на оренду та експлуатаційні потреби. За свідченням респондентів, часто більшість доходів підприємств витрачається на операційні витрати, що не дозволяє забезпечити навіть базову заробітну плату співробітникам [81, с. 42].

Ще однією великою групою викликів є комунікаційні проблеми. Йдеться про недостатній рівень взаємодії з органами влади, труднощі з пошуком замовників, партнерів і кваліфікованого персоналу. Частина соціальних ініціатив узагалі не стартувала через відсутність дозволів від органів місцевої влади або

через нездатність сформувати стабільну команду [81, с. 42].

Системні перешкоди охоплюють відсутність спеціального правового статусу для соціального підприємництва, що ускладнює як реєстрацію, так і подальшу діяльність.

Крім того, суспільство часто не розуміє специфіку такої моделі бізнесу, ототожнюючи її з класичним благодійництвом або нерентабельною справою. Частина експертів вважає, що запровадження окремого статусу нічого не змінить без відповідної системи стимулів і контролю [82].

Окремо варто згадати зовнішні загрози. Зокрема, карантинні обмеження внаслідок пандемії COVID-19 завдали суттєвого удару по сектору: доходи зупинилися, податки та орендна плата залишилися незмінними [81, с. 42]. Ці умови виявилися критичними особливо для новостворених і невеликих ініціатив.

Втім, попри всі виклики, у соціального підприємництва в Україні є потенціал. Респонденти досліджень зазначають, що саме численні соціальні проблеми й дефіцити інфраструктури можуть бути рушієм для створення нових соціальних підприємств. Частина опитаних вважає, що позитивні зрушення можливі за умови вдосконалення законодавства, формування мережі підтримки та розвитку культури соціального підприємництва.

У ході глибинного опитування було сформовано перелік бар'єрів, із якими найчастіше стикаються представники сфери.

Серед найвагоміших за шкалою впливу (від 1 до 5 балів) виявилися економічні обставини (4,1), дефіцит стартового капіталу й ресурсів (3,9), труднощі з побудовою бізнес-моделі (3,9), відсутність бізнес-компетенцій (3,8), а також нерозуміння специфіки СП серед громадськості й державних структур (3,7) , натомість найменш поширеною, але з високим рівнем негативного впливу, була визнана корупція (4,0), з якою безпосередньо зіткнулися 16% респондентів [81, с. 43].

Таблиця 2.4 - Оцінка викликів і проблем розвитку СП

Виклики та перешкоди	% тих, хто зіткнувся	Оцінка
Економічні умови	67	4,1
Доступність/вартість приміщення/матеріалів	53	3,9
Відсутність статусу для СП	51	3,6
Відсутність навичок	51	3,8
Складнощі в побудові бізнес-моделі	47	3,9
Податки, ПДВ, стартовий капітал	44	3,5
Відсутність єдиного розуміння СП держустановами	44	3,7
Доступ до кваліфікованих працівників	44	3,7
Бюрократична система	37	4,0
Відсутність єдиного розуміння СП у суспільстві	35	3,7
Відсутність попиту на товар/послугу	35	3,8
Відсутність доступу до підтримки та консультування	30	3,4
Наявність державної політики, що негативно впливає	21	3,4
Корупція	16	3,7

Джерело: [81, с. 43]

Отже, для розкриття повного потенціалу соціального підприємництва необхідно усунути як структурні, так і культурні бар'єри - через законодавчі реформи, доступ до фінансування, просвітницькі кампанії та розвиток спеціалізованих навчальних програм. Це дозволить зробити сектор не лише життєздатним, а й системно значущим для сталого розвитку.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ІНСТРУМЕНТУ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦСР

3.1. Пропозиції щодо формування сприятливого середовища для соціального підприємництва: правові та інституційні передумови

Соціальні підприємства (СП) поєднують у собі соціальну місію та підприємницьку діяльність, що створює унікальні виклики в контексті правового регулювання. Відсутність чітких правових рамок може призводити до невизначеності щодо статусу СП, обмежуючи їх доступ до фінансування, податкових пільг та інших форм підтримки. Згідно з дослідженням Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), належно розроблені правові рамки можуть сприяти розвитку СП, чітко визначаючи їхню природу та роль у суспільстві, а також встановлюючи механізми підтримки з боку держави [83].

В Україні відсутня узгоджена національна стратегія розвитку соціального підприємництва, що призводить до фрагментарності політик та ініціатив у цій сфері. Різні державні органи реалізують окремі програми, але відсутність координації між ними ускладнює ефективну підтримку соціальних підприємств.

Для ефективного розвитку соціального підприємництва в Україні критично важливо сформувати сприятливе правове та інституційне середовище. З огляду на те, що в українському законодавстві досі відсутнє чітке визначення соціального підприємництва, а також спеціальні інструменти його підтримки, доцільним є порівняльний аналіз міжнародного досвіду [49].

У цьому розділі розглядаються приклади країн, які впровадили успішні моделі правового визнання та підтримки соціальних підприємств. Зокрема, досліджуються Франція, Велика Британія, Італія, Південна Корея, Канада, Австралія та Фінляндія - держави, що вже продемонстрували результативність

інституційних механізмів підтримки цього сектору.

Мета порівняння - виявити ключові елементи, які можуть бути адаптовані в українському контексті, а також підкреслити, що створення стабільного середовища для розвитку СП не є винятком, а поширеною міжнародною практикою. Аналіз охоплює форми реєстрації, законодавчі рамки, доступ до фінансування, роль державних агентств і координаційних структур.

Таблиця 3.1 - Порівняльна таблиця: Правове регулювання соціального підприємництва в різних країнах

Країна	Юридичний статус СП	Доступ до фінансування	Координація держорганів	Інституційна підтримка
Україна	Відсутній	Обмежений	Відсутня національна стратегія	Відсутність інституцій
Велика Британія	Community Interest Company	Програми + Big Society Capital	Регулятор CIC	Інкубатори, акселератори, соціальні інвестфонди
Італія	Закон № 118/2005	Державна підтримка + пільги	Парламентська стратегія + місцеві ініціативи	Агентства підтримки підприємництва
Фінляндія	Законодавство + реєстрація	Через Sitra	Інтеграція в економічну стратегію	Державні програми, Sitra
Франція	Статус ESUS	Пільги для ESUS, держпідтримка	Міністерство соціальної економіки, координаційна політика	Мережа кооперативів, муніципальна участь
Південна Корея	Закон SEPA (2007)	Державне фінансування, податкові пільги через SEPA	Корейське агентство просування СП	Центри навчання та менторства при підтримці уряду
Канада	Benefit Company у ВС	Місцеві грантові програми, фонди	Стратегічні документи в провінціях	Розвинена система навчання і фондів
Австралія	Різні форми, без спец. статусу	Суспільні закупівлі, гранти	Відсутність загальної нац. стратегії, регіональні ініціативи	Social Traders + університетські програми

Джерело: Створено автором на основі [48]

У Великобританії у 2005 році було запроваджено форму “Community Interest Company” (CIC), яка поєднує соціальну мету та прибуткову діяльність з обмеженням розподілу прибутку [84]. Інституційна підтримка - один із критичних факторів сталості СП. У Великобританії, наприклад, організація Big Society Capital залучила понад 1 млрд фунтів стерлінгів у соціальні підприємства [87]. В результаті створено додатково 3 млрд приватних та філантропічних інвестицій.

В Італії ще у 2005 році було ухвалено закон № 118, який визначає правовий статус соціальних підприємств [85]. Він дозволяє їм реінвестувати прибутки та отримувати державну підтримку.

У Фінляндії соціальне підприємництво регулюється окремими положеннями, зокрема через інструменти МБЕ – Міністерства економіки та зайнятості, які визначають критерії та надають підтримку СП [86]. У Фінляндії також є фонд Sitra, який надає як фінансування, так і менторську підтримку, сприяючи створенню системних умов для сталого розвитку СП [88].

У 2014 році Франція прийняла Закон про соціальну та солідарну економіку (SSE), який визнає та регулює діяльність соціальних підприємств. Закон встановлює критерії для отримання статусу "Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale" (ESUS), що надає підприємствам доступ до пільг та державної підтримки [89]. Цей статус вимагає від підприємств дотримання принципів демократичного управління та обмеження розподілу прибутку.

У 2007 році Південна Корея ухвалила Закон про сприяння соціальним підприємствам (SEPA), який надає правове визнання соціальним підприємствам та забезпечує їм доступ до державного фінансування, податкових пільг та консультаційної підтримки [92]. Закон також передбачає створення Корейського агентства з просування соціальних підприємств (KoSEA) для координації та підтримки сектору [92].

У Канаді соціальні підприємства можуть реєструватися як некомерційні організації, благодійні фонди або кооперативи. У 2020 році провінція Британська Колумбія запровадила можливість реєстрації "benefit companies", які поєднують прибуткову діяльність із соціальними цілями [90].

В Австралії немає окремої правової форми для соціальних підприємств, але вони можуть діяти як компанії з обмеженою відповідальністю, кооперативи або некомерційні організації. Організація Social Traders надає сертифікацію соціальним підприємствам, що сприяє їх визнанню та доступу до ринку [91].

Отже, нижче подані чітко сформульовані пропозиції щодо формування сприятливого правового та інституційного середовища для соціального підприємництва в Україні, сформовані на основі міжнародного досвіду:

1. Запровадити офіційний юридичний статус соціального підприємства
2. Ввести в українське законодавство спеціальну форму реєстрації (аналогічно CIC у Великобританії чи ESUS у Франції), яка передбачатиме наявність соціальної місії, обмеження розподілу прибутку, демократичне управління та обов'язкове звітування про соціальний вплив.
3. Закріпити у законі принцип реінвестування прибутку в соціальні цілі
4. На зразок практики Італії та Франції, закон має передбачати, що щонайменше 70% прибутку повинно реінвестуватися у діяльність, пов'язану з соціальною місією підприємства.
5. Створити державну координаційну інституцію для розвитку СП
6. Заснувати при Міністерстві економіки або Кабміні спеціальне агентство або підрозділ (за прикладом KoSEA у Південній Кореї), яке буде займатися стратегічним плануванням, сертифікацією, аналітикою, координацією, навчанням і супроводом СП.
7. Розробити національний реєстр та систему акредитації соціальних підприємств
8. Забезпечити прозору сертифікацію СП на державному рівні - подібно до моделі Social Traders в Австралії - для підвищення довіри до сектора, участі в державних закупівлях і доступу до фінансових інструментів.
9. Створити державний інвестиційний фонд для фінансування СП
10. Передбачити національну програму пільгових грантів, мікrokредитування та гарантій, орієнтовану на підтримку створення та масштабування соціальних підприємств (аналог Big Society Capital у

Великобританії або Sitra у Фінляндії).

11. Інтегрувати соціальне підприємництво у стратегічні державні документи

12. Включити положення про розвиток СП до Національної економічної стратегії, політики зайнятості, регіонального розвитку та Цілей сталого розвитку України.

13. Передбачити фіскальні стимули для соціальних підприємств

14. Ввести податкові пільги (часткове звільнення від податку на прибуток, ПДВ тощо) для зареєстрованих СП, які виконують соціальну місію та дотримуються умов прозорості і підзвітності.

Ці пропозиції дозволять Україні перейти від фрагментованої практики до системної моделі підтримки соціального підприємництва - як визнаного інструменту вирішення соціальних проблем та реалізації Цілей сталого розвитку.

3.2. Інноваційні моделі інтеграції та масштабування соціального підприємництва у системі сталого розвитку

Вивчення інноваційних моделей інтеграції та масштабування соціального підприємництва є ключовим для розуміння того, як соціальні підприємства можуть вийти за межі локальних ініціатив і набути системного значення в контексті досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР). Попри те, що соціальні підприємства дедалі активніше розвиваються у відповідь на соціальні виклики, без належних механізмів масштабування їхній вплив залишається обмеженим у часі, просторі та глибині трансформації.

З наукової точки зору, масштабування розглядається як етап еволюції інновацій, який забезпечує перехід від пілотних рішень до довготривалих змін на рівні систем - політик, ринків, спільнот [94]. Саме тому у світовій літературі з соціального підприємництва акцент поступово зміщується від “запуску” до

“масштабування” як визначального фактора впливу, а також від “самоокупності” до “системної інтеграції”

У цьому підрозділі представлено систематизовану типологію п’яти інноваційних моделей масштабування, які найчастіше застосовуються у сфері СП:

- Стратегічна модель SCALERS;
- Організаційне масштабування;
- Реплікація та франчайзинг;
- Цифрова трансформація;
- Інституційна інтеграція.

1. Стратегічна модель SCALERS

Однією з найгрунтовніших концептуальних моделей є SCALERS, запропонована дослідниками Центру соціального підприємництва Університету Дюка, ідентифікує сім ключових чинників, що сприяють масштабуванню соціального впливу: Staffing (персонал), Communicating (комунікація), Alliance-building (побудова альянсів), Lobbying (лобіювання), Earnings-generation (генерація доходів), Replicating (реплікація) та Stimulating market forces (стимулювання ринкових сил) [93].

1. Staffing (персонал)

Передбачає здатність соціального підприємства рекрутувати, навчати та утримувати кадри, які мають відповідні навички, а також відданість місії. Масштабування часто залежить не лише від фінансів, а й від якості та чисельності людських ресурсів, здатних реалізовувати соціальні інновації на нових рівнях або територіях.

Наприклад, організація Teach for America показала, що стратегічна інвестиція в підготовку персоналу дозволила забезпечити сталий ріст національної присутності [93, с. 118].

2. Communicating (комунікація)

Ефективна зовнішня та внутрішня комунікація дозволяє донести до аудиторії соціальну цінність підприємства, мотивувати волонтерів і донорів, будувати довіру та легітимність у суспільстві.

3. Alliance-building (побудова альянсів)

Має на увазі встановлення партнерств із ключовими зацікавленими сторонами: урядами, корпораціями, що може зменшити транзакційні витрати, посилити легітимність і забезпечити кращий доступ до ресурсів.

4. Lobbying (лобіювання)

Полягає у впливі на політичне та нормативне середовище для зменшення бар'єрів та створення підтримуючих умов для масштабування. Це може включати участь у створенні правової бази, отримання пільг, або включення до державних програм.

Прикладом є Велика Британія, де через політичну активність сектора було запроваджено спеціальну правову форму - Community Interest Company (CIC) [93, с. 120].

5. Earnings-generation (генерація доходів)

Здатність до формування власних джерел доходу (через продаж товарів або послуг) є ключовою умовою для фінансової незалежності та сталого масштабування.

6. Replicating (реплікація)

Це відтворення успішної моделі в нових контекстах через франшизи, ліцензування, або методологічну адаптацію.

Наприклад, Aravind Eye Care System в Індії масштабувала свою модель офтальмологічної допомоги на десятки регіонів, зберігаючи якість завдяки жорсткій стандартизації [93, с. 122].

7. Stimulating Market Forces (стимулювання ринку)

Означає створення або зміну ринкових умов на користь соціального впливу. Це може включати адвокацію за сертифікати, вплив на поведінку споживачів або створення нових ринкових ніш.

Практичне значення моделі SCALERS полягає в тому, що вона дає змогу діагностувати готовність соціального підприємства до масштабування, а також спланувати стратегічні кроки для зростання впливу. Її можна використовувати:

- як чекліст для самооцінки організації: чи має підприємство достатньо

ресурсів у кожній із семи сфер (персонал, комунікація, партнерства тощо);

- для планування розвитку: наприклад, якщо слабкою стороною є комунікація - розробити комунікаційну стратегію перед розширенням;
- в якості аналітичної рамки для інвесторів - щоб оцінити потенціал СП до стійкого масштабування;
- для формування програм підтримки СП з боку держави чи донорів, які можуть спрямовувати ресурси на найслабші чинники.

Модель дає системне бачення, де і як інвестувати зусилля, щоби СП стало реальним інструментом трансформації.

2. Організаційне масштабування (Organizational Scaling)

Механізм: Ця модель передбачає розширення внутрішніх ресурсів та інфраструктури підприємства для збільшення обсягу послуг або продуктів [95]. Це включає інвестиції в персонал, технології та управлінські процеси.

Процеси:

- Оптимізація операцій: Впровадження стандартних операційних процедур для забезпечення ефективності та якості послуг.
- Розвиток персоналу: Навчання та розвиток компетенцій співробітників для підтримки зростання організації.
- Інвестиції в інфраструктуру: Розширення фізичних та технологічних ресурсів для обслуговування більшої кількості бенефіціарів.

Результатом буде збільшення охоплення цільової аудиторії, підвищення ефективності та стійкості організації.

Цей підхід є найбільш доцільним для соціальних підприємств, які вже мають відпрацьовану модель впливу, але бажають розширити її глибину або охоплення. Нижче подана послідовність його застосування на практиці [95]:

Етап 1 - аудит ресурсів: Оцінюється поточна потужність команди, інфраструктури та процесів.

Етап 2 - стандартизація: Розробляються єдині процедури (SOPs), що забезпечують стабільну якість при зростанні.

Етап 3 - навчання персоналу: Інвестується в розвиток управлінських та

операційних компетенцій.

Етап 4 - інфраструктурне розширення: Масштабується ІТ-система, логістика, виробництво тощо.

Етап 5 - моніторинг впливу: Створюється система оцінки ефективності (наприклад, через SROI або IMM) для контролю результатів після розширення.

Ця модель дозволяє рости “вглиб” - не втрачати якість при масштабі і будувати довготривалу організацію, що здатна самостійно вирішувати системні проблеми на більшому рівні.

3. Реплікація та франчайзинг (Replication and Franchising)

Механізм: Ця модель передбачає копіювання успішної моделі СП в інших регіонах або контекстах через створення франшиз або партнерських організацій [96].

Результатом стане швидке розширення впливу СП, збереження якості послуг та ефективне використання ресурсів.

Ця модель дозволяє швидко масштабувати успішні соціальні практики шляхом відтворення (реплікації) або передачі права використання моделі іншим виконавцям (франчайзинг). Особливо ефективна в умовах, коли власна організація не має ресурсів для прямої експансії, але має відпрацьовану, стандартизовану модель впливу.

Послідовність застосування моделі на практиці [96]:

Стандартизація. Готується повний пакет документації - операційні процедури, фірмовий стиль, навчальні програми, етичні норми.

Вибір франчайзі. Визначаються партнери з подібними цінностями, спроможні впроваджувати модель на локальному рівні.

Супровід і контроль. Центр-франчайзер надає навчання, консалтинг, маркетингову підтримку й контролює дотримання стандартів.

Практична корисність саме для України закладається в тому, що цей підхід може бути використаний для масштабування локальних успішних практик (наприклад, інклюзивних кав'ярень чи освітніх програм), які можуть бути відтворені іншими громадами за умови супроводу й навчання. Він особливо

ефективний у контексті повоєнного відновлення, коли необхідно оперативно відтворити моделі підтримки ВПО, ветеранів, малозабезпечених, не створюючи все "з нуля".

4. Цифрова трансформація

Механізм: Використання цифрових технологій, таких як онлайн-платформи та мобільні додатки, для розширення охоплення та підвищення ефективності операцій СП [97].

Цифрова трансформація передбачає інтеграцію цифрових технологій у всі аспекти діяльності соціального підприємства, що дозволяє оптимізувати процеси, розширити охоплення та підвищити ефективність [97]. Це особливо актуально для підприємств, які прагнуть масштабувати свій соціальний вплив без значного збільшення фізичних ресурсів.

Відображення послідовності застосування на практиці [97]:

- Автоматизація процесів: Впровадження цифрових інструментів для оптимізації внутрішніх процесів та зменшення витрат. Наприклад, використання мобільних додатків для збору даних та управління проектами дозволяє зменшити адміністративне навантаження та підвищити точність даних.

- Онлайн-обслуговування: Надання послуг через інтернет, що дозволяє охопити ширшу аудиторію. Це може включати онлайн-курси, консультації або платформи для електронної комерції, які забезпечують доступ до послуг незалежно від географічного розташування користувачів.

- Аналіз даних: Використання аналітики для прийняття обґрунтованих рішень та покращення послуг. Збір та аналіз даних про поведінку користувачів, ефективність програм та інші ключові показники дозволяє адаптувати стратегії та підвищити ефективність діяльності [97].

5. Інституційна інтеграція

Інституційна інтеграція - це включення соціального підприємництва в системну взаємодію з органами державної влади, муніципалітетами та міжнародними організаціями [98]. Така модель дозволяє не лише залучити додаткові ресурси, а й вбудувати діяльність СП у структури державної політики,

зокрема у сферах зайнятості, охорони здоров'я, освіти та соціального захисту.

Ключові процеси на практиці [98]:

- Партнерство з урядом. Успішні приклади показують, що державно-приватне партнерство (ДПП) дозволяє СП виступати виконавцями соціальних функцій держави.

- Фінансова підтримка. СП можуть отримувати гранти, субсидії та фінансування від таких структур, як Європейський соціальний фонд (ESF), програма EaSI (EU Programme for Employment and Social Innovation), або USAID.

- Політична адвокація. Вплив на політики відбувається через участь СП у національних стратегіях розвитку, публічні консультації, робочі групи.

Для України, у ситуації повоєнного відновлення інституційна інтеграція є критично важливою, оскільки дозволяє:

- Інтегрувати СП в програми відбудови;
- Отримати підтримку через такі програми, як EU4Youth або United24;
- Вбудувати СП у логіку муніципального управління (соціальні послуги, реабілітація, інтеграція ветеранів тощо).

У підсумку, інноваційні моделі масштабування соціального підприємництва не лише відображають різні механізми розширення організаційного впливу, а й формують нову логіку системної трансформації на шляху до сталого розвитку. Аналіз моделей SCALERS, організаційного зростання, реплікації, цифрової трансформації та інституційної інтеграції дозволяє зробити висновок, що саме здатність соціального підприємства бути гнучким до змін, формалізувати свою ціннісну основу та будувати партнерства - є ключовою умовою його довгострокової ефективності.

З позиції досягнення Цілей сталого розвитку, ці моделі забезпечують інфраструктуру для масштабного соціального впливу: через мобілізацію людських і технологічних ресурсів, адаптацію до контексту, інтеграцію в державну політику та підтримку інноваційної економіки. Зокрема, SCALERS виступає інструментом стратегічної діагностики потенціалу зростання, організаційна модель - гарантією внутрішньої стійкості, франчайзинг - масштабної реплікації практик, цифровізація

- відкритості й доступності, а інституційна інтеграція - довгострокового вбудовування соціального підприємництва у політичну та економічну систему.

Для України, де питання соціальної згуртованості, економічної інклюзії та повоєнного відновлення є критичними, застосування цих моделей відкриває можливості для системної зміни - не лише розширення впливу окремих ініціатив, а формування інституційно укоріненого сектора, що працює на досягнення ЦСР.

ВИСНОВКИ

У межах даної кваліфікаційної роботи було комплексно досліджено феномен соціального підприємництва як інструмент досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР), із акцентом на його теоретичне осмислення, еволюцію, український контекст та можливості масштабування через сучасні інноваційні моделі.

1. Встановлено, що соціальне підприємництво є унікальним гібридом між економічною та соціальною логіками, який поєднує ринкові інструменти з вирішенням соціальних проблем. Його головною відмінністю є орієнтація не на максимізацію прибутку, а на досягнення позитивного соціального або екологічного впливу. Такий підхід робить соціальні підприємства потенційно потужними агентами трансформацій у напрямі сталого розвитку.

2. Проаналізовано ключові теоретичні та практичні підходи до визначення сутності СП, зокрема через типологію за видами соціального впливу та формами діяльності. Виділено сім основних сфер реалізації СП, які корелюють із ЦСР - від подолання бідності до цифрової інклюзії.

3. У результаті дослідження українського контексту виявлено, що соціальне підприємництво в Україні перебуває на етапі становлення, з тенденціями до експансії після 2014 року та у період повномасштабної війни з 2022 року. Основними бар'єрами залишаються відсутність спеціального правового статусу, недостатня інституційна підтримка, обмежений доступ до фінансування, а також низький рівень суспільного розуміння природи СП.

4. Досліджено внесок соціального підприємництва у досягнення шести ключових Цілей сталого розвитку (ЦСР 1, 2, 4, 5, 8, 10 та 12) на прикладі реальних міжнародних кейсів. Доведено, що СП сприяють системним змінам через створення робочих місць, посилення доступу до освіти, економічну інклюзію жінок, підтримку фермерських громад та боротьбу з екологічною деградацією. Теоретичною рамкою аналізу виступила модель Theory of Change.

5. Розраховано, що кожне соціальне підприємство в середньому створює 20 робочих місць (JCI), охоплює близько 93 бенефіціарів (BRI) та генерує майже 12 % світового охоплення населення (CR), водночас показник Portfolio SROI ≈ 64 € соціальної вигоди на кожен вкладений гривню і локальний SROI «Pizza Veterano» ≈ 327 € підтверджують виняткову ефективність інвестицій: це свідчить про здатність сектора одночасно масштабно створювати гідну працю (ЦСР 8), зменшувати бідність (ЦСР 1) і нерівність (ЦСР 10), оптимально перетворюючи фінансові ресурси на реальні соціальні результати.

6. Розроблено класифікацію інноваційних моделей масштабування СП: стратегічна модель SCALERS, організаційне масштабування, реплікація та франчайзинг, цифрова трансформація, інституційна інтеграція. Їх аналіз дозволяє зрозуміти, як соціальні підприємства можуть перейти від локальних ініціатив до системних трансформацій - на рівні політик, ринків і спільнот.

7. На основі порівняння міжнародного досвіду (Велика Британія, Франція, Італія, Фінляндія, Канада, Південна Корея, Австралія) сформульовано пропозиції щодо вдосконалення української політики у сфері СП. До ключових кроків належить запровадження правового статусу для СП, створення національної стратегії підтримки, розвиток державного фінансування та формування міжсекторальних партнерств.

8. Запропоновано практичні рекомендації щодо впровадження моделей вимірювання впливу (IMM, SROI), інституційної підтримки, формування екосистеми СП на рівні громад та регіонів, а також системної інтеграції СП у політику повоєнного відновлення України.

Таким чином, соціальне підприємництво постає не лише як засіб розв'язання локальних соціальних проблем, але й як системний механізм досягнення глобальних цілей сталого розвитку - за умови створення сприятливого середовища, належного масштабування та інтеграції у політику розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Yunus, Muhammad, and Karl Weber. "Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs." - 2010: 3769-3782.
2. Nicholls, Alex. Social entrepreneurship: New models of sustainable social change. Oxford University Press, - 2006.
3. Kerlin, Janelle A. "Defining social enterprise across different contexts: A conceptual framework based on institutional factors." Nonprofit and voluntary sector quarterly 42.1 - 2013: 84-108.
4. Каширнікова І.О., К.О. Спірідонова, О.В. Кірнос. "Соціальне підприємництво у сучасній Україні." Економічний простір 190 - 2024: 62-65.
5. Ярмош, О. В., Е. О. Пасічник. "Становлення соціального підприємництва в Україні в контексті сталого розвитку." Адаптивне управління: теорія і практика. Економіка 7 - 2019.
6. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», - 2017. – 92 с.
7. Dees, J. Gregory. "The meaning of social entrepreneurship 1, 2." Case studies in social entrepreneurship and sustainability. Routledge, - 2018. 22-30.
8. Huybrechts, Benjamin, and Alex Nicholls. "Social entrepreneurship: Definitions, drivers and challenges." Social entrepreneurship and social business: An introduction and discussion with case studies - 2012: 31-48.
9. EU Erasmus+. UKRAINE. "SE: Tools & Trainers" project. URL: https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/fcc22362-d0fc-4fae-b116-012581eb631d/National_SE_ecosystem_research_Ukraine_eng.pdf (Дата звернення: 03.04.2025)
10. Смаль, В., В. Кокоть. "Що слід знати про соціальне підприємництво." Підручник. Київ - 2017.
11. Гуренко Ольга Іванівна. "Використання цифрових технологій для

[_KilJyBrkGuwsANkikiSjy74VBwz1OkjdjjzRz8qwBr1m6rTucQNhM8l4T2hzF67luleJNHtme0L1jHkc0QWNseEqVrcZCfConiKvsNz8UtZ-Kl2XZ7Ll2iGJNlvBUbyKPyсIIJ8h0wRUfAaX7x-8aLiiuyNPgY-DM8OHskDvALa2ZJi3L6lKGLB3ziVOervkVB9IphJIWZilkoW3tQOkIR2K6ZKd0AYnioHDh3Qq1RzHRMHKiYBJJp23lVnOdVYf4z4_CMTaJkPpi_kfJRLTrTNZGisIJvA.WF3obl2IDtqgvMFRqVdYkD5s](https://www.kiljybrkguwsankjkiSjy74VBwz1OkjdjjzRz8qwBr1m6rTucQNhM8l4T2hzF67luleJNHtme0L1jHkc0QWNseEqVrcZCfConiKvsNz8UtZ-Kl2XZ7Ll2iGJNlvBUbyKPyсIIJ8h0wRUfAaX7x-8aLiiuyNPgY-DM8OHskDvALa2ZJi3L6lKGLB3ziVOervkVB9IphJIWZilkoW3tQOkIR2K6ZKd0AYnioHDh3Qq1RzHRMHKiYBJJp23lVnOdVYf4z4_CMTaJkPpi_kfJRLTrTNZGisIJvA.WF3obl2IDtqgvMFRqVdYkD5s) (Дата звернення: 03.04.2025)

19. United Nations. National strategies and SDG integration. URL: <https://sdgs.un.org/topics/national-sustainable-development-strategies> (Дата звернення: 03.04.2025)

20. Sustainable Development. Voluntary National Reviews. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/vnrs/> (Дата звернення: 03.04.2025)

21. Резнікова О.О. ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ДЕРЖАВИ У КОНТЕКСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНИ. – 2018. URL: https://www.niss.gov.ua/sites/default/files/2018-06/CSR_3-02936.pdf (Дата звернення: 03.04.2025)

22. Добровільний національний огляд. Цілі сталого розвитку Україна - 2020 URL: <https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%A6%D1%96%D0%BB%D1%96%20%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%20-%20%D0%94%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%B4.pdf> (Дата звернення: 03.04.2025)

23. Michael Corbey. Social Return on Investment (SROI): a review of the technique. – 2016. URL: https://www.researchgate.net/publication/328754594_Social_Return_on_Investment_SROI_a_review_of_the_technique (Дата звернення: 03.04.2025)

24. Власенко Р. Г.; Гончар Ю. О., к.ф.н.; Дрожжин Д. Ю., к. н. держ. упр., доц.; Зінченко А. М.; Івахнін С. П.; Колодязний А. С.; Нижник О. М., к. е. н.;

Посвалюк Г. В.; Терент'єва О. Л., к. н. держ. упр.; Тураханова Д.; Червоний Б. С. ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ЗМІН у стратегічному плануванні в об'єднаних територіальних громадах. Практичний посібник, - 2020. 92с.

25. The Possible Alliance. IMPACT ENTREPRENEURSHIP AND INVESTMENT FOR UKRAINE'S RECOVERY. – 2025, URL: https://thepossible.org.ua/wp-content/uploads/2025/04/Report_The-Possible.pdf

(Дата звернення: 24.04.2025)

26. European Union. A SNAPSHOT OF THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM IN UKRAINE, URL: https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/11/evpa_social_entrepreneurship_snapshot_ukraine_2021.pdf

(Дата звернення: 24.04.2025)

27. Каширнікова, Ірина Олександрівна, Кіра Олександрівна Спірідонова, Олеся Валеріївна Кірнос. "Соціальне підприємництво у сучасній Україні." Економічний простір 190 - 2024: 62-65.

28. Gradus Research. Майже половина українців обирають бренди, які підтримують ЗСУ. – 2022. URL: https://gradus.app/documents/283/Brand_activism_-_Gradus_Research_Survey_UKR.pdf (Дата звернення: 24.04.2025)

29. Офіційний сайт соціальної пекарні «Горіховий дім». URL: <http://gorihoviydim.com.ua> (Дата звернення: 24.04.2025)

30. Офіційний сайт піцерії «PizzaVeterano». URL: <http://veteranopizza.com> (Дата звернення: 24.04.2025)

31. Офіційний сайт благодійного магазину «Ласка». URL: <http://laskastore.com> (Дата звернення: 24.04.2025)

32. Офіційний сайт Вінницького міжрегіонального центру професійної реабілітації інвалідів «Поділля». URL: <http://www.vcri.gov.ua> (Дата звернення: 24.04.2025)

33. Переможці другої Школи соціального підприємства – проект ГоРодина. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_8xmMintF38 (Дата звернення: 01.05.2025)

34. Василь Назарук. Соціальне підприємництво в умовах війни: ліки чи плацебо? – 2024. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/01/9/708567/> (Дата звернення: 24.04.2025)

35. Social Business In UA. Соціальне підприємництво в Україні. URL: <https://socialbusiness.in.ua/> (Дата звернення: 24.04.2025)

36. Social Business In UA. На якій базі можна створити СП? URL: https://socialbusiness.in.ua/online_cons/stvorennia-sp-na-bazi/#:~:text=%D0%9E%D1%81%D0%BA%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D0%B8%20%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%BD%D0%B5%20%D1%94,%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%20%D0%BD%D0%B5%20%D1%96%D1%81%D0%BD%D1%83%D1%94 (Дата звернення: 24.04.2025)

37. Sara Van Belle, Gill Westthorp, Bruno Marchal, Kaye Stevens, Patricia Rogers, Carlisle Levine, Melanie Punton. Realist evaluation. – 2024. URL: <https://www.betterevaluation.org/methods-approaches/approaches/realist-evaluation> (Дата звернення: 24.04.2025)

38. The Center for Sustainable Organizations. Context-based sustainability (CBS), - 2023. URL: <https://www.sustainableorganizations.org/context-based-sustainability-cbs/> (Дата звернення: 24.04.2025)

39. Yasmin, Fouzia, et al. "Measuring sustainability in social enterprises: Development and validation of a multi-dimensional framework." Acta Psychologica 254 - 2025: 104807.

40. The Youth Café's Theory of Change: A Pathway For Action, Sustainability, Results, Learning, and Adaptation. – 2021. URL: https://static1.squarespace.com/static/5c27c93f1aef1d60b29781f9/t/608a8ecbbb95dc4769ac1a4b/1619693275169/Theory%2Bof%2Bchange_e.pdf (Дата звернення:

24.04.2025)

41. Amati, Tomaso, et al. "Social impact measurement and management: Between theory and practice." Handbook of Research on Emerging Business Models and Managerial Strategies in the Nonprofit Sector. IGI Global, 2017. 371-388.

42. Sopact. Strategies for effective social enterprise impact measurement. – 2022. URL: <https://www.sopact.com/perspectives/social-enterprise-impact-measurement> (Дата звернення: 24.04.2025)

43. Unmesh Sheth. Social Enterprises' Impact Management Journey. – 2022. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/social-enterprises-impact-management-journey-unmesh-sheth> (Дата звернення: 24.04.2025)

44. Wikipedia. Social Reporting Standard. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Social_Reporting_Standard (Дата звернення: 24.04.2025)

45. European Commission. Proposed Approaches to Social Impact Measurement in European Commission legislation and in practice relating to EuSEFs and the EaSI. – 2017. URL: <https://www.fi-compass.eu/library/other/proposed-approaches-social-impact-measurement-european-commission-legislation-and> (Дата звернення: 24.04.2025)

46. OECD, Economy, Solidarity. "Policy Guide on Social Impact Measurement for the Social and Solidarity Economy." – 2023. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2023/03/policy-guide-on-social-impact-measurement-for-the-social-and-solidarity-economy_7e16086a/270c7194-en.pdf (Дата звернення: 24.04.2025)

47. THE FINANCIAL TIMES. Business school teaching case study: Finding the right prescription. – 2025. URL: <https://www.ft.com/content/50f4a19c-0514-4e73-ace6-58dc3f729929> (Дата звернення: 24.04.2025)

48. Village Special, Яким буде український соціальний бізнес за 30 років. – 2024. URL: <https://www.village.com.ua/village/business/sotsialne-pidpnyemnytstvo/353381-scholofme-social-business-in-30-years> (Дата звернення: 24.04.2025)

49. Любчич, Анна Миколаївна, Катерина Миколаївна Врублевська-Місюна. "Деякі аспекти становлення та розвитку соціального підприємництва." Право та інноваційне суспільство 1 (16) - 2021: 24-30.

50. Олександра Журахівська, Як соціальний бізнес може трансформувати Україну після війни. – 2024. URL: <https://cs.detector.media/blogs/texts/185889/2024-02-15-yak-sotsialnyy-biznes-mozhe-transformuvaty-ukrainu-pislya-viyny/> (Дата звернення: 24.04.2025)

51. World Economic Forum. How 500 Social Entrepreneurs and Innovators have improved the lives of 931 million people worldwide. – 2025. URL: <https://www.weforum.org/impact/how-500-social-innovators-have-improved-the-lives-of-931-million-people-worldwide/> (Дата звернення: 24.04.2025)

52. World Economic Forum. 10 Million Enterprises Put People And Planet First. – 2024. URL: <https://www.forbes.com/sites/worldeconomicforum/2024/01/15/social-enterprises-impacted-more-than-891-million-lives-over-the-past-25-years/> (Дата звернення: 24.04.2025)

53. UN, Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. End poverty in all its forms everywhere. URL: <https://www.forbes.com/sites/worldeconomicforum/2024/01/15/social-enterprises-impacted-more-than-891-million-lives-over-the-past-25-years/> (Дата звернення: 24.04.2025)

54. Wikipedia. Village Enterprise. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Village_Enterprise (Дата звернення: 24.04.2025)

55. Wikipedia. The BOMA Project. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/The_BOMA_Project (Дата звернення: 24.04.2025)

56. UN, Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. End hunger. URL: <https://sdgs.un.org/goals/goal2> (Дата звернення: 24.04.2025)

57. Evert-jan Quak. Actions between profit making and aid: Improving social entrepreneurship for food security. – 2017. URL: <https://nutritionconnect.org/resource-center/actions-between-profit-making-and-aid-improving-social-entrepreneurship-food> (Дата звернення: 01.05.2025)

58. Wikipedia. The One Acre Fund. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/One_Acre_Fund (Дата звернення: 24.04.2025)

59. Wikipedia. Fair Planet. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Fair_Planet (Дата звернення: 24.04.2025)

60. UN, Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all. URL: <https://sdgs.un.org/goals/goal4> (Дата звернення: 01.05.2025)

61. HolonIQ. SDG4 and the Global Education Gap. – 2019. URL: <https://www.holoniq.com/notes/sdg4-and-the-global-education-gap> (Дата звернення: 01.05.2025)

62. Wikipedia. Digital Opportunity Trust. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_Opportunity_Trust (Дата звернення: 01.05.2025)

63. Wikipedia. The School Fund. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/The_School_Fund (Дата звернення: 01.05.2025)

64. UN, Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. Achieve gender equality and empower all women and girls. URL: <https://sdgs.un.org/goals/goal5> (Дата звернення: 01.05.2025)

65. Eurostat. SDG 5 - Gender equality. – 2024. URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=SDG_5 -
Gender_equality&](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=SDG_5_-_Gender_equality&) (Дата звернення: 01.05.2025)

66. Glinski, Allison, Acumen, and ICRW. Women and social enterprises: how gender integration can boost entrepreneurial solutions to poverty. Cartier Charitable Foundation, - 2015.

67. Wikipedia. Milaan Foundation. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Milaan_Foundation (Дата звернення: 01.05.2025)

68. Wikipedia. Eliezah Foundation Initiative Uganda. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Eliezah_Foundation_Initiative_Uganda (Дата звернення: 01.05.2025)

69. Diaz-Sarachaga, Jose Manuel, and Antonio Ariza-Montes. "The role of social entrepreneurship in the attainment of the sustainable development goals." Journal

of Business Research 152 (2022): 242-250.

70. Turyakira, Peter, et al. "Social entrepreneurship: empirical evidence on its contribution to the realization of the sustainable development goals in Uganda." *Journal of Work-Applied Management* 17.1 (2025): 160-172.

71. Wikipedia. Banco Palmas. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Banco_Palmas (Дата звернення: 01.05.2025)

72. UN, Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. Reduce inequality within and among countries. URL: <https://sdgs.un.org/goals/goal10> (Дата звернення: 01.05.2025)

73. Wikipedia. Tech Herfrica. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Tech_Herfrica (Дата звернення: 01.05.2025)

74. UN, Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. Responsible consumption and production. URL: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2024/Goal-12/> (Дата звернення: 01.05.2025)

75. UN, Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. Ensure sustainable consumption and production patterns. URL: <https://sdgs.un.org/goals/goal12> (Дата звернення: 01.05.2025)

76. ChangeMakers'ON. Responsible consumption and production. URL: <https://changemakerson.eu/sdg12-responsible-consumption-and-production-case-studies/> (Дата звернення: 03.03.2025)

77. Seanor, P., & Meaton, J. (2008). Learning from failure, ambiguity and trust in social enterprise. *Social Enterprise Journal*, 4(1), 24–40. <https://doi.org/10.1108/17508610810877713>

78. Smith, W. K., Gonin, M., & Besharov, M. L. (2013). Managing social-business tensions: A review and research agenda for social enterprise. *Business Ethics Quarterly*, 23(3), 407–442. <https://doi.org/10.5840/beq201323327>

79. Назарук, В. (2015). Поки соціальні підприємці в Україні не можуть конкурувати за ресурси з бізнесом. про соціальне підприємництво в Україні. (2020). <https://socialbusiness.in.ua/> (Дата звернення: 01.05.2025)

80. Давидовська, Г. І. (2016). Проблеми соціального підприємництва в

Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 7, 106–109. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/12506> (Дата звернення: 01.05.2025)

81. Buchak, M. "ВИКЛИКИ ТА ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ." NaUKMA Research Papers. Sociology/Наукові записки НаУКМА. Соціологія 4 (2021).

82. Стрельчук, М. (2020). Півроку онлайн консультування з соціального підприємництва: найпопулярніші запитання до юриста. <https://socialbusiness.in.ua/news/> (Дата звернення: 01.05.2025)

83. Organisation for Economic Co-operation and Development. Designing Legal Frameworks for Social Enterprises. – 2022. URL: https://www.oecd.org/en/publications/designing-legal-frameworks-for-social-enterprises_172b60b2-en.html (Дата звернення: 01.05.2025)

84. GOV.UK. Community Interest Companies Guidance, - 2025. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/community-interest-companies-how-to-form-a-cic/community-interest-companies-guidance-chapters> (Дата звернення: 01.05.2025)

85. Socioeco. Law no. 118 of June 13th 2005. - 2005. URL: https://base.socioeco.org/docs/law_118_2005_social_enterprise.pdf (Дата звернення: 01.05.2025)

86. Ministry of Economic Affairs and Employment. Job creation through social entrepreneurship. URL: <https://tem.fi/en/social-entrepreneurship> (Дата звернення: 01.05.2025)

87. Wikipedia. Better Society Capital. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Better_Society_Capital (Дата звернення: 01.05.2025)

88. The Finnish Innovation Fund Sitra. SOCIAL ENTERPRISES. URL: <https://www.sitra.fi/en/topics/social-enterprises/> (Дата звернення: 01.05.2025)

89. Petrella, Francesca, and Nadine Richez-Battesti. "Social enterprises and their ecosystems in Europe." Updated country report: France. Luxemburg: Publications Office of the European Union (2020).

90. Wikipedia. Benefit corporation. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Benefit_corporation (Дата звернення: 01.05.2025)
91. State Government of Victoria. Social enterprise. URL: <https://business.vic.gov.au/business-information/start-a-business/business-structures/social-enterprise> (Дата звернення: 01.05.2025)
92. OECD. SOCIO-ECONOMIC INDICATORS. – 2022. URL: <https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/topics/policy-sub-issues/social-economy-and-social-innovation/country-fact-sheets/country-fact-sheet-korea.pdf> (Дата звернення: 01.05.2025)
93. Bloom, Paul N., and Aaron K. Chatterji. "Scaling social entrepreneurial impact." California management review 51.3 (2009): 114-133.
94. Dees, J. Gregory, Beth Battle Anderson, and Jane Wei-Skillern. "Scaling social impact." - 2004: 24-32.
95. Seelos, Christian, and Johanna Mair. Organizational mechanisms of scaling social enterprises. Stanford Working Paper Center on Philanthropy and Civil Society, Stanford University, 2010.
96. REDF. Social Enterprise Replication: Packaging and Replicating a Successful Model. URL: <https://redfworkshop.org/resource/social-enterprise-replication-packaging-and-replicating-a-successful-model/> (Дата звернення: 01.05.2025)
97. Kotiranta, Annu, et al. "Digitalization as a growth driver for social enterprises." Technological Forecasting and Social Change 209 - 2024: 123837.
98. OECD & European Commission. Policy brief on social entrepreneurship: Entrepreneurial activities in Europe. No. 2013/16. OECD Publishing, 2013.
99. Валентина Дудко. Піца, кава, таксі, охорона: Історія Veterano Group. – 2019. URL: <https://investory.news/pica-kava-taksi-oxorona-istoriya-veterano-group/> (Дата звернення: 01.05.2025)
100. Opendatabot. ТОВ «ВЕТЕРАНО +. URL: <https://opendatabot.ua/c/41913405> (Дата звернення: 01.05.2025)
101. World Economic Forum. How 500 Social Entrepreneurs and Innovators have improved the lives of 931 million people worldwide. - URL:

<https://www.weforum.org/impact/how-500-social-innovators-have-improved-the-lives-of-931-million-people-worldwide/> (Дата звернення: 01.05.2025)



Звіт подібності

метадані

Назва організації

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU

Заголовок

Проніна А.В._Соціальне підприємництво як інструмент реалізації глобальних цілей сталого розвитку

Автор Науковий керівник / Експерт

Проніна А.В.Кириленко В.І.

Підрозділ

кафедра економічної теорії

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



КП 1

25

Держана фраза для коефіцієнта подібності 2



КП 2

12536

Кількість слів



КЦ

98154

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		2
Інтервали		0
Мікропробіли		1
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		18

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Копію тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Копію тексту

порядковий номер	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	кількість (ідентичних слів (фрагментів))
1	https://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of_Administration_and_Marketing_Personn/Kafedra+marketing+u+%26D1%2696m_+A_F_Pavlenka%202019%20Blanki_lytu_vidguk_rezensia_2020.docx	25 0.20 %
2	Бойко 6/10/2024 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	24 0.19 %
3	http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2021/88.pdf	22 0.18 %

4	https://library.villanova.edu/Find/Record/1380755/3/mila	14 0.11 %
5	Інвестиційні інструменти розвитку соціального підприємництва в Україні 6/11/2024 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU (кафедра корпоративних фінансів і контролінгу)	13 0.10 %
6	232-Кравець_Егор_Володимирович-2024 6/5/2024 Donetsk National University named after V. Stus (Donetsk National University named after V. Stus)	13 0.10 %
7	https://conf.znu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/konferentsiya-eg.pdf	12 0.10 %
8	https://library.krok.edu.ua/media/library/category/disertatsiji-avtoreferati-vidgukitrumik_2020-disertatsija.pdf	12 0.10 %
9	https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26175Ukraine_SDG_VNR_Ukraine_Key_Messages_ukr_clean_699.pdf	9 0.07 %
10	https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/14650/1/%D0%97%D0%91%D0%90%D0%9B%D0%90%D0%9D%D0%A1%D0%9E%D0%92%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%99%20%D0%A1%D0%86%D0%9B%D0%AC%D0%A1%D0%AC%D0%9A%D0%98%D0%99%20%D0%A0%D0%9E%D0%97%D0%92%D0%98%D0%A2%D0%9E%D0%9A%20%D0%A2%D0%90%20%D0%97%D0%91%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%96%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%94%D0%9E%D0%92%D0%9A%D0%86%D0%9B%D0%9B%D0%AF%20%D0%95%D0%92%D0%9E%D0%9B%D0%AE%D0%A8%D0%86%D0%99%D0%9D%D0%86%20%D0%9F%D0%86%D0%94%D0%A5%D0%9E%D0%94%D0%98.pdf	9 0.07 %

з бази даних RefBooks (0.04 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ (ІДЕНТИФІКАЦІЙНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ))
джерело: Paperity		
1	The System of Indicators for Monitoring the Achievement of the Goals of Sustainable Development in the Agrarian Sector Chernenko Daryna I., Chala Tetyana G., Korepanov Georgii S.;	5 (1) 0.04 %

з домашньої бази даних (0.23 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ (ІДЕНТИФІКАЦІЙНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ))
1	Інвестиційні інструменти розвитку соціального підприємництва в Україні 6/11/2024 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU (кафедра корпоративних фінансів і контролінгу)	24 (3) 0.19 %
2	SP_Клімова - бакалавр2022.docx 5/25/2022 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU (кафедра національної економіки та публічного управління)	5 (1) 0.04 %

з програми обміну базами даних (0.71 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ (ІДЕНТИФІКАЦІЙНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ))
1	Бойко 6/10/2024 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	30 (2) 0.24 %
2	SUMDU/out2018/Sotnyuk_Havrylova_Kovalenko.pdf 7/21/2019 Sumy State University (SUMDU)	18 (3) 0.14 %

3	Шмулик М._Білий М...docx 5/24/2021 Vasyl Stefanyk Prescarpathian National University (VSPNU) (Економічний факультет)	15 (2) 0.12 %
4	232-Кравець_Егор_Володимирович-2024 6/5/2024 Donetsk National University named after V. Stus (Donetsk National University named after V. Stus)	13 (1) 0.10 %
5	Zubarieva_Liudmyla 7/9/2024 Ukrainian Catholic University (Ukrainian Catholic University)	8 (1) 0.06 %
6	Trial Check_Matvilenko 12/12/2024 Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University (Кафедра управління)	5 (1) 0.04 %

з Інтернету (2.03 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ (ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ))
1	https://app.com.ua/wp-content/uploads/2018/04/UNDP_Manual_Zapatriina_Final.pdf	62 (9) 0.49 %
2	http://www.economy.nayka.com.ua/pdf3_2021/89.pdf	35 (3) 0.28 %
3	https://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of_Administration_and_Marketing_Personn/Kafedra+marketingu+%26D1%2696m_+A_F_Pavlenka%202019/Blanki_tytul_vidguk_rezensia_2020.docx	25 (1) 0.20 %
4	https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/14650/1/%D0%97%D0%91%D0%90%D0%9B%D0%90%D0%9D%D0%A1%D0%9E%D0%92%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%99%20%D0%A1%D0%88%D0%9B%D0%AC%D0%A1%D0%AC%D0%9A%D0%98%D0%99%20%D0%A0%D0%9E%D0%97%D0%92%D0%98%D0%A2%D0%9E%D0%9A%20%D0%A2%D0%90%20%D0%97%D0%91%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%96%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%94%D0%9E%D0%92%D0%9A%D0%86%D0%9B%D0%9B%D0%AF%20%D0%95%D0%92%D0%9E%D0%9B%D0%AE%D0%A6%D0%86%D0%99%D0%9D%D0%86%20%D0%9E%D0%86%D0%94%D0%A5%D0%9E%D0%94%D0%98.pdf	24 (4) 0.19 %
5	https://library.villanova.edu/Find/Record/1380755/Similar	22 (2) 0.18 %
6	https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/konferentsiya-ep.pdf	18 (2) 0.14 %
7	https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/2617/Ukraine_SDG_VNR_Ukraine_Key_Messages_ukr_clean_899.pdf	17 (2) 0.14 %
8	https://library.krok.edu.ua/media/library/category/diseratsji-antoreferati-vidguki/umik_2020/diseratsija.pdf	12 (1) 0.10 %
9	https://univf.edu.ua/general/publishing/konf30_11_2018/pdf53.pdf	12 (2) 0.10 %
10	http://abstracts.donnu.edu.ua/article/download/4205/4238	10 (2) 0.08 %
11	http://elib.hduht.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5468/1/k_23.04.20.pdf	9 (1) 0.07 %
12	https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1833098	8 (1) 0.06 %

Список прийнятих фрагментів (немає прийнятих фрагментів)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---------------------	-------	---------------------------------------