**РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

**Солоненко Ю.В.**

*Донецький національний університет імені Василя Стуса, м.Вінниця, Україна*

*e-mail:* *u.solonenko@donnu.edu.ua*

Розвиток соціальних підприємств є дуже важливим аспектом, оскільки в Україні існує безліч соціальних проблем, кількість яких лише зросла з початком війни. Через складну економічну ситуацію держава не зможе вирішити всі проблеми соціально вразливих людей. Соціальні підприємства поєднують бізнес-підходи з соціальною місією, що робить їх ефективними інструментами для досягнення позитивних змін у суспільстві. У цьому контексті соціальне підприємництво може відігравати ключову роль, пропонуючи стійкі рішення для соціальних проблем.

Багато праць іноземних та українських дослідників, таких як З. Галушку, Л. Долуду, А. Корнецького, Т. Лайонса, Дж. Мейра, Шт. Пенья Кіка та інших, присвячено питанню розвитку соціального підприємництва.

Становище правової регуляції соціальних підприємств в Україні покращується, але все ще потребує доопрацювання. Законодавство поступово адаптується до специфіки соціального підприємництва, але є необхідність у більш чітких визначеннях, стандартів та механізмах контролю для забезпечення прозорості та ефективності діяльності. На кінець 2023 року в Україні зареєстровано приблизно 600 соціальних підприємств. Ці організації охоплюють різні сфери діяльності, включаючи охорону здоров’я, освіту, екологію, підтримку вразливих груп населення та інші соціально значущі напрямки.

Рисунок 1. Регіональний розподіл соціальних підприємств в Україні станом на 2023 рік

Найбільша кількість таких підприємств зосереджена в Києві, трохи менше – у Львівській області, тоді як Волинська область мала найнижчий показник, становлячи лише 3% від загальної кількості соціальних підприємств в Україні.

За даними соціологічної групи «Рейтинг», станом на кінець квітня 2022 року трохи менше половини (41%) українців втратили роботу через війну. Залишаються працювати у звичайному режимі 32% українців, 24% працюють дистанційно або частково, а лише 3% знайшли нову роботу. Більшість безробітних – це жителі східних регіонів України. За даними опитування, через війну економічне становище 42% українців значно погіршилося [3].

Постає необхідність у нестандартних рішеннях і соціальних інноваціях, які може запропонувати соціальне підприємництво. Соціальні підприємці, поряд з такими якостями, притаманними традиційному бізнесу, як фінансова самостійність, ризиковість, інноваційність і масштабність, визначають проблему, яку частина населення сприймає як неминучу з тих чи інших причин, і самостійно розробляють та впроваджують нові способи її вирішення у вигляді послуг або продуктів. Таким чином, соціальне підприємництво дозволяє частково та динамічно вирішувати нагальні проблеми суспільства.

Оскільки, формування соціальної цінності зменшує видатки держави на подолання соціальних проблем, для збалансування конкурентної спроможності соціальних та звичайних комерційних підприємств різні країни створюють відповідну законодавчу базу, яка сприяє розвитку соціальних підприємств. Таке рішення обрали США, Великобританія, Італія, Німеччина, Польща, Литва та багато інших. Однак, беручи до уваги відсутність єдиного підходу до визначення соціального підприємництва, кожна з країн пішла трохи різними шляхами, закріплюючи визначення соціального підприємництва та закладаючи механізми збалансування їхньої конкурентоспроможності на законодавчому рівні [4].

Ми пропонуємо трактувати соціальне підприємство в умовах сьогодення для України – як господарську діяльність, що застосовує комерційні методи та інструменти для досягнення соціальних (гуманітарних), екологічних або культурних цілей.

Такий підхід на нашу думку допоможе чітко окреслити межі соціального підприємництва і відрізнити його від інших форм бізнесу та неурядових організацій. Що сприятиме підвищенню обізнаності серед суспільства, державних органів і потенційних інвесторів про унікальність і значимість таких підприємств. Інвестори, які зацікавлені в підтримці суспільно корисних проєктів матимуть змогу співпрацювати довгостроково так як цінність бізнесу у постійному вирішені соціальних проблем за рахунок отримання доходу підприємством через реалізацію своїх товарів, послуг та виконанню робіт. Чітке трактування соціального підприємництва підвищує довіру серед споживачів. Люди більше схильні підтримувати підприємства, які мають позитивний соціальний або екологічний вплив. Це може допомогти підприємствам залучати клієнтів, розвивати бренд і підвищувати обсяги продажів. Комерційні методи у соціальному підприємництві сприяють розробці інноваційних моделей ведення бізнесу, які можуть бути більш стійкими та ефективними. Застосування таких моделей дозволить соціальним підприємствам довше існувати і забезпечувати стабільний дохід для подальшого розвитку їхніх соціальних ініціатив.

Необхідно створити національну платформу для підтримки соціальних підприємств, яка буде надавати консультації, навчальні програми та фінансову підтримку, залучаючи міжнародних донорів та інвесторів. Розвиток інфраструктури передбачає створення інкубаторів та акселераторів, що допоможуть підприємствам розвиватися, а також сприяння партнерствам між соціальними підприємствами та традиційним бізнесом.

Важливо впроваджувати освітні програми вищих навчальних закладів, спрямовані на соціальне підприємництво, та проводити інформаційні кампанії для обізнаності населення. Впровадження системи моніторингу та оцінки ефективності соціальних підприємств забезпечить її прозорість і підвищить довіру громадськості та інвесторів. Ці заходи ефективно вирішать соціальні проблеми, сприятимуть сталому економічному розвитку країни та створять сприятливі умови для розвитку соціального підприємництва в Україні.

В умовах економічних труднощів та воєнного стану в Україні соціальні підприємці відіграють ключову роль у вирішенні гострих соціальних проблем. За допомоги формування категорійного поняття «соціального підприємства» та популяризації діяльності таких підприємств це допоможе подолати соціально-економічну кризу та сприяють загальному розвитку країни.

**Перелік джерел посилання**

1. Юхновська Ю., Риженко О. Розвиток соціального підприємництва як тренд українського бізнесу. *Галицький економічний вісник*. 2022. Том 78-79. № 5-6. С. 84-95.
2. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз EU4YOUTH. Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні 2020. 37 с. URL: <https://euneighbourseast.eu/wp-content/uploads/2021/07/legal-report-in-ukraine_ukrainian_1.pdf>
3. Шосте загальнонаціональне опитування: адаптація українців до умов війни. Соціальна група «Рейтинг». 2022. [URL: https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg\_files/rg\_ua\_1000\_ua\_032022\_v\_\_press.pdf](file:///Users/juliaknyazhnaya/Desktop/%20https%3A/ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_1000_ua_032022_v__press.pdf)
4. Теслюк С., Демчук І. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки.* 2022. С.116- 125