

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-80-163>

УДК 338.242:364.07:005.35:658.014.1

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ВИРІШЕННЯ СУСПІЛЬНИХ ПРОБЛЕМ

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS INSTRUMENTS FOR ADDRESSING SOCIAL ISSUES

Приймак Ірина Ігорівнакандидат економічних наук, доцент,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7846-4353>**Онищук Сніжана Олександрівна**магістрант,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-5230-3188>**Pryimak Iryna, Onyshchuk Snizhana**

Ivan Franko National University of Lviv

У статті досліджено взаємозв'язок соціального підприємництва та корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) як інструментів подолання актуальних суспільних проблем в умовах посилення соціально-економічних дисбалансів. Проаналізовано підходи провідних зарубіжних і українських дослідників, охарактеризовано ключові функціональні аспекти соціальної відповідальності бізнесу та рівні її реалізації. Розкрито роль соціального підприємництва у забезпеченні соціальної інклюзії, підтримці вразливих груп населення, працевлаштуванні ветеранів і людей з інвалідністю, розвитку місцевих громад. Наведено приклади соціальних практик українських компаній у період воєнного стану, що демонструють зростання участі бізнесу у вирішенні гуманітарних та економічних викликів. Обґрунтовано потенціал поєднання соціального підприємництва та КСВ як чинника формування стійких моделей розвитку та підвищення соціальної відповідальності вітчизняного бізнес-середовища.

Ключові слова: соціальне підприємництво, корпоративна соціальна відповідальність, стає зростання, соціальні інновації.

The article examines the role of social entrepreneurship and corporate social responsibility (CSR) as complementary mechanisms for addressing a wide range of social challenges that intensify under conditions of economic turbulence, environmental pressure, and structural imbalances affecting national economies. The study systematizes key theoretical approaches to the understanding of social entrepreneurship and CSR, highlighting their conceptual differences and common features. Social entrepreneurship is characterized as a hybrid model that combines business instruments with the achievement of socially oriented outcomes, while CSR is described as a voluntary strategic commitment integrated into corporate management and aimed at balancing economic, social, and environmental priorities. Particular attention is devoted to the analysis of functional aspects of CSR, which include ecological responsibility, energy efficiency, ethical conduct, development of human resources, cooperation with local communities, and responsibility for product quality and safety. The article emphasizes the growing relevance of socially oriented business practices in Ukraine, where enterprises increasingly participate in projects supporting communities, providing humanitarian aid, and contributing to social stability in wartime conditions. The study outlines the organizational forms of social entrepreneurship in Ukraine and demonstrates its role in promoting employment, supporting vulnerable groups, and compensating for market and governmental failures. The article presents examples of Ukrainian companies implementing social initiatives, illustrating the intensification of socially responsible activities. The findings show that the interaction between social entrepreneurship and CSR strengthens the capacity of businesses to contribute to inclusive development and enhances the sustainability of socio-economic systems. The study concludes that integrating these approaches can support long-term resilience, promote community development, and expand opportunities for veterans, persons with disabilities, and internally displaced individuals.

Keywords: social entrepreneurship, corporate social responsibility, sustainable development, social innovation.



Постановка проблеми. У сучасних умовах соціально-економічного розвитку людства спостерігається, зростання рівня безробіття, загострення екологічних проблем і соціальної вразливості значних верств населення. Ці явища зумовлені як глобальними процесами (економічною турбулентністю, наслідками воєнних конфліктів, технологічними змінами), так і внутрішніми структурними дисбалансами національних економік. Традиційні інституційні механізми та державні соціальні програми часто не забезпечують належного рівня ефективності у вирішенні зазначених проблем, що актуалізує потребу у пошуку нових підходів і форм взаємодії між державою, бізнесом та громадянським суспільством.

Одним із таких сучасних підходів є соціальне підприємництво, яке поєднує інноваційні бізнес-моделі з орієнтацією на досягнення суспільно корисного ефекту, забезпечення зайнятості, розвиток місцевих громад та підтримку соціально вразливих груп населення. Паралельно з цим корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) розглядається як стратегічний напрям діяльності бізнесу, спрямований на гармонізацію економічних інтересів підприємства із соціальними та екологічними цілями сталого розвитку.

Проблема полягає у необхідності визначення ефективних форм і механізмів взаємодії між соціальним підприємництвом та корпоративною соціальною відповідальністю, які б забезпечили не лише короткостроковий соціальний ефект, а й довготривалу сталість результатів. Така взаємодія має потенціал стати важливим чинником розвитку інклюзивної економіки та формування соціально орієнтованої моделі бізнесу в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку соціального підприємництва та соціальної корпоративної відповідальності (КСВ) активно досліджується як у зарубіжній, так і в українській науковій літературі. Серед ключових представників світової наукової думки варто відзначити М. Юнуса, засновника концепції мікрофінансування та моделі «соціального бізнесу» [7]; Д. Борнштайна, який розглядає соціальних підприємців як «агентів системних змін» [2]; Ф. Дефурні та М. Нісенс, що досліджували європейську модель соціальних підприємств та їхню інституціональну специфіку [4]; К. Альтер, яка запропонувала класифікацію гібридних бізнес-моделей, що поєднують

соціальні та комерційні цілі [1]. Значний внесок у вивчення соціальної корпоративної відповідальності здійснили А. Керролл (модель «піраміди соціальної відповідальності» бізнесу) [3], М. Портер та М. Креймер (концепція «створення спільної цінності») [6], які підкреслюють взаємозалежність соціальних ініціатив бізнесу та його економічної ефективності.

Серед українських дослідників питання соціального підприємництва та соціальної відповідальності бізнесу ґрунтовно висвітлені у працях Н. Богацької [8], Л. Валюс [9], Т. Сабецької [16], О. Кузьміна [11], І. Кіреєвої [10] та інших, які розглядають соціальне підприємництво як чинник активізації людського потенціалу, соціальної інклюзії та розвитку місцевих громад. У роботах українських науковців також акцентується увага на необхідності поєднання принципів соціальної інноваційності з інструментами корпоративної відповідальності задля підвищення соціальної стійкості бізнес-середовища.

Попри значну кількість досліджень, недостатньо опрацьованими залишаються питання синергії між соціальним підприємництвом і соціальною корпоративною відповідальністю, зокрема у контексті формування регіональних моделей взаємодії бізнесу, держави та громадського сектору. Недостатньо розробленими є практичні механізми інтеграції цих інструментів у політику сталого розвитку територіальних громад та державну соціально-економічну стратегію.

Метою статті є обґрунтування ролі соціального підприємництва та соціальної корпоративної відповідальності бізнесу як ефективних інструментів вирішення суспільних проблем, а також визначення напрямів їх інтеграції у систему соціально-економічного розвитку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах глобалізації, інтенсивної конкуренції та технологічних зрушень соціальна відповідальність стала невід'ємною складовою стратегії сталого розвитку підприємств. Участь бізнесу у вирішенні соціальних проблем розглядається не лише як моральне зобов'язання, а й як стратегічний чинник формування довгострокової конкурентоспроможності. Згідно з підходом, запропонованим М. Портером і М. Креймером [6], компанія може створювати спільну цінність (Creating Shared Value), поєднуючи економічні та соціальні вигоди, що особливо актуально для українського бізнесу в умовах воєнного стану та відновлення економіки.

Бізнес може претендувати на статус соціально відповідального лише тоді, коли поряд із традиційною метою отримання прибутку він виконує суспільно значущі функції: підтримку громад, розвиток людського потенціалу, охорону довкілля та сприяння соціальній інтеграції. Водночас поняття соціального підприємства і соціально відповідального бізнесу нерідко ототожнюються, хоча вони належать до різних економічних категорій. Перше спрямоване на досягнення соціальної мети через підприємницьку діяльність, друге – на добровільне прийняття соціальних зобов'язань у межах традиційної бізнес-моделі.

Соціальна відповідальність розглядається як суспільне явище, що передбачає добровільне й усвідомлене виконання суб'єктами суспільних відносин встановлених соціальних норм, дотримання визначених приписів, а у разі їх порушення – застосування передбачених цими нормами заходів впливу [8].

Соціальна відповідальність підприємства не суперечить його економічним цілям, зокрема прагненню до отримання прибутку; навпаки, вона виступає важливим доповненням до основної господарської діяльності, посилюючи її соціальну орієнтованість та сприяючи формуванню довгострокової цінності для суспільства. Важливо наголосити,

що соціальна відповідальність бізнесу не зводиться до окремих акцій чи одноразових ініціатив: йдеться про комплексну концепцію та філософію діяльності підприємства, інтегровану в його стратегічне управління та операційні процеси.

У науковій літературі соціальна відповідальність бізнесу розглядається через систему функціональних аспектів її реалізації, які можуть бути структуровані у шість основних блоків (табл. 1).

Українські підприємства дедалі активніше інтегрують принципи соціальної відповідальності у свої бізнес-моделі. Компанія «Нова пошта» впроваджує програми енергоефективності та утилізації відходів, а також фінансує локальні ініціативи громад. АТ «Карлсберг Україна» реалізує проєкт Zero Waste Future, спрямований на зменшення вуглецевого сліду та екологічну модернізацію виробництва.

«Миронівський хлібопродукт» (МХП) розвиває програми підтримки сільських громад, створюючи робочі місця та підтримуючи місцеві освітні та культурні ініціативи. Такі практики свідчать, що соціальна відповідальність стає частиною корпоративної стратегії, а не одноразовою PR-акцією. З огляду на це, можна виділити чотири рівні реалізації соціальних функцій підприємства (рис. 1).

Таблиця 1

Функціональні аспекти реалізації соціальної відповідальності бізнесу

Функціональні аспекти	Характеристика та напрями реалізації
Екологічна відповідальність	Передбачає дотримання екологічних стандартів, контроль забруднення, раціональне використання природних ресурсів, впровадження екологічно чистих технологій та програм зі збереження довкілля.
Енергетична ефективність	Спрямована на раціональне використання енергії, підвищення енергоефективності виробництва, скорочення енергоспоживання та розвиток відновлюваних джерел енергії.
Етична та ділова поведінка	Охоплює етичне ведення бізнесу, дотримання прав людини, недискримінаційну політику, підтримку гендерної рівності, забезпечення рівних можливостей і партнерство з громадськими організаціями.
Соціальна політика щодо персоналу	Включає розвиток людських ресурсів: навчання і підвищення кваліфікації працівників, гідний рівень оплати праці, безпечні умови праці, соціальні гарантії, програми мотивації та просування.
Взаємодія з громадою	Реалізується через участь компанії у місцевих соціальних проєктах, підтримку освіти, культури, спорту, охорони здоров'я, волонтерських ініціатив і благодійних програм.
Відповідальність за продукт	Включає забезпечення якості, безпеки, довговічності та екологічності продукції, чесність у рекламі, достовірність маркування та дотримання норм захисту прав споживачів і інтелектуальної власності.

Джерело: сформовано на основі [10; 11]

Базовим і найнижчим рівнем соціальної відповідальності підприємства є дотримання юридичних зобов'язань: своєчасна сплата податків, виплата заробітної плати та забезпечення законних трудових прав працівників. Такий підхід часто характеризується як мінімальне соціальне зобов'язання, проте він не розкриває всю глибину концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка виходить за межі простого виконання законних норм [14].

Базовим і найнижчим рівнем соціальної відповідальності підприємства є дотримання юридичних зобов'язань: своєчасна сплата податків, виплата заробітної плати та забезпечення законних трудових прав працівників. Такий підхід часто характеризується як мінімальне соціальне зобов'язання, проте він не розкриває всю глибину концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка виходить за межі простого виконання законних норм [14].

На наступному рівні підприємство залучається до благодійної діяльності – участь у соціальних або екологічних проєктах, фінансування освітніх чи культурних ініціатив. Одна з ключових ознак цього рівня – сталість і системність таких активностей, що свідчать про усвідомлений прийом соціальних зобов'язань [12]. Однак багато фірм зупиняються саме на цьому етапі, не інтегруючи доброчинність у свою бізнес-стратегію.

Ще вищим рівнем є інтеграція соціальних принципів у бізнес-процеси: це включає екологізацію виробництва, етичний маркетинг, відповідальне постачання, розвиток персо-

налу тощо. У цьому разі соціальні практики стають частиною стратегічного і операційного управління, а не просто додатковою функцією. Незважаючи на високі витрати ресурсів цього шляху, його впровадження може підвищити ринкову вартість підприємства, покращити репутацію та зміцнити довіру стейкхолдерів [11].

Найвищим рівнем є формування і реалізація комплексної стратегії КСВ, яка пов'язує соціальні та бізнес-пріоритети. Така стратегія передбачає охоплення всіх напрямів діяльності підприємства, вирівнювання її з місією бізнесу та досягнення балансу між інтересами власників, працівників, клієнтів, громад і держави [11; 14].

З початком повномасштабної війни в Україні багато підприємств беруть активну участь у реалізації низки проєктів, які сьогодні особливо важливі для суспільства. Так, портал «Мінфін» у своєму спецпроєкті [17] розповіли про 6 соціальних ініціатив українських компаній (табл. 2).

Відповідно до Закону України «Про підприємництво», підприємництво визначається як самостійна, систематична, на власний ризик діяльність, спрямована на отримання прибутку [15]. Проте для соціального підприємництва прибуток не є кінцевою метою, а лише засобом досягнення суспільно корисних результатів – від працевлаштування вразливих груп населення до підтримки екологічних чи освітніх ініціатив. Таким чином, соціальне підприємництво є гібридною моделлю, що поєднує бізнесові механізми з досягненням соціального ефекту.

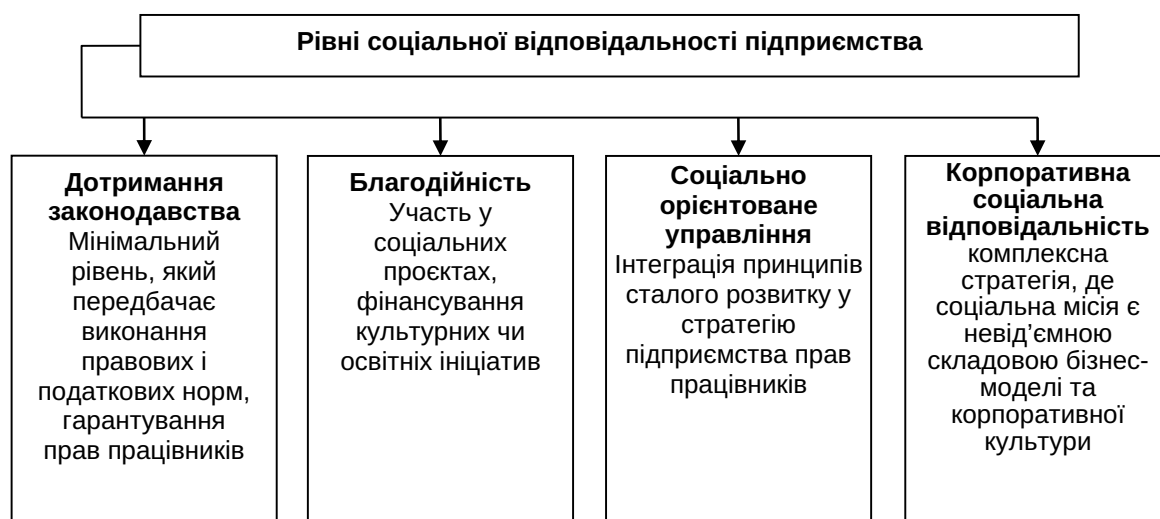


Рис. 1. Рівні соціальної відповідальності підприємства

Джерело: сформовано авторами

Таблиця 2

Приклади реалізації соціальних ініціатив українськими компаніями

Компанія / Ініціатор	Основні напрямки роботи	Фінансування / механізм підтримки	Результати
NOVUS (мережа супермаркетів) і благодійний фонд Food for Ukraine	Логістика, складування, формування та доставка продуктових наборів, партнерська мережа розподілу	Логістичні потужності NOVUS + внески донорів (меценати, міжнародні організації)	понад 115 вантажівок доставлено; більше 2,3 млн кг продукції розподілено; надано допомоги на суму понад 120 млн; десятки тисяч осіб отримали продуктові набори.
BROCARD Головне управління розвідки МО України	Фінансова підтримка ГУР, закупівля дронів, амуніції, спецтехніки, засобів зв'язку; безпосереднє передавання коштів ГУР	Частина доходу компанії спрямовується на потреби ГУР; прозора передача коштів без залучення донорів-посередників	282 млн уже спрямовано на допомогу військовим і ГУР; BROCARD серед топ-30 компаній-донорів на підтримку розвідки
Coca-Cola System Ukraine у партнерстві з Українським Червоним Хрестом (УЧХ)	Встановлення мобільних котелень-контейнерів (мобільні теплові блоки), забезпечення теплом шкіл, лікарень і житлових будинків	Фінансування інвестиціями компанії Coca-Cola System Ukraine; технічна та логістична підтримка УЧХ	105 мобільних котелень встановлено в 15 областях; Енергоефективність: економія до 15% газу і до 50% електроенергії порівняно зі старими котельнями; загальна інвестиція понад \$8,5 млн
Корпорація TERWIN та Благодійний фонд Руслана Шостака	Евакуація дітей-сиріт, надання транспорту для потреб армії (авто, квадроцикли, спецтехніка), створення логістичних хабів	Фінансування через фонд, партнерства з бізнесом і іноземними донорами, збір коштів	~62 млн грн. зібрано для проєкту "ГеройCar"; - понад 150 одиниць транспорту передано ЗСУ (з 2022 року – до 500); евакуйовано близько 3 500 дітей-сиріт; вартість проєкту "Дитинство без війни": 10,2 млн євро.
Мережа мультимаркетів «Аврора»	Грантова програма "Траєкторія", адаптивний спорт, реабілітація, освітні та культурні ініціативи, донорство крові	Власні ресурси мережі, партнерства (Forbes Україна, UNITED24 та інші), гранти	50 фіналістів програми "Траєкторія" отримали по 100 000 грн; понад 1 200 ветеранів брали участь в адаптивному спорті; Аврора перерахувала 343,6 млн на благодійність; 878 донорів крові від співробітників у 2024 році; 6,7 млн грн зібрано на реабілітацію військових медиків (акція «Незламний донат»); 5 млн грн передано на дрони для ЗСУ під час фестивалю Atlas United24
Аптека 9-1-1 у співпраці з МОЗ, Держлікслужбою та військовими адміністраціями	Мобільні аптечні пункти, обслуговування електронних рецептів (е-рецепт), прийом платежів та медичне консультування	Фінансування через аптечну мережу 9-1-1 та співпраця з державними структурами та місцевими адміністраціями	224 населених пункти охоплено; за 2024 рік – 21 000 пацієнтів у 146 населених пунктах (Харківська та Херсонська області); опрацьовано близько 3 100 рецептів за програмою «Доступні ліки»

Джерело: сформовано на основі [17]

На думку Лункіної І. [14, с. 281], соціальне підприємництво – це форма бізнесу, спрямована насамперед на вирішення соціальних проблем.

В Україні виокремлюють три основні організаційні форми соціального підприємництва:

- громадські організації, які провадять господарську діяльність у межах своєї статутної мети;
- некомерційні структури, що створюють власні підприємства для фінансування соціальних програм;
- підприємства, орієнтовані на працевлаштування осіб з інвалідністю, які користуються податковими пільгами.

За результатами дослідження, опублікованого у журналі “Economics of Development” (2024) соціальні підприємства функціонують у межах різних організаційно-правових форм. Зокрема, 26 % соціальних підприємств зареєстровані як фізичні особи-підприємці, 16 % – як приватні підприємства, 14 % – як громадські організації. У структурі також представлені товариства з обмеженою відповідальністю (13 %) та сільськогосподарські кооперативи (10 %) [5].

Соціальні підприємства істотно відрізняються від благодійних організацій, оскільки генерують дохід через ринкові механізми, а не лише через донорську підтримку. Їхня діяльність виконує компенсаторну функцію, покриваючи сфери, де держава або ринок є неефективними – так звані «провали ринку» чи «провали держави».

Українська практика демонструє стрімке зростання соціальних ініціатив бізнесу. Так, підприємство «Горіховий дім» (м. Львів) працевлаштовує жінок, які постраждали від домашнього насильства, і частину прибутку спрямовує на діяльність кризового центру для жінок. Соціальне підприємство «ВетеранХаб» (м. Київ) забезпечує інтеграцію ветеранів у цивільне життя, пропонуючи послуги перекваліфікації та психологічної підтримки. Проект «Українська соціальна академія» сприяє розвитку освітніх програм для молодих підприємців, орієнтованих на вирішення соціальних проблем.

Каталог соціальних підприємств, підготовлений науковцями Києво-Могилянської академії у 2017 році налічував всього 150 підприємств, більшість з яких були зареєстровані в Києві та на заході України. А вже сьогодні попри відсутність офіційної статистики в різних джерелах згадують про понад 1000 соціаль-

них підприємств. Після початку повномасштабного вторгнення в Україні спостерігається суттєва активізація розвитку різних форм соціального підприємництва, включно з громадськими організаціями, благодійними фондами та волонтерськими структурами. Така активізація соціального підприємництва, на нашу думку, зумовлена зростанням кількості осіб з інвалідністю та ветеранів, збільшенням кількості соціальних та екологічних проблем, на вирішення яких у держави не вистачає ресурсів.

В Україні поступово формується інституційна система підтримки ветеранів, ветеранок та членів їхніх сімей, що включає державні та грантові механізми. Зокрема, реалізуються програми професійної перенавчальної підтримки у формі ваучерів, а також можливості здобуття нових кваліфікацій на базі центрів професійно-технічної освіти Державної служби зайнятості. Окремо передбачені інструменти стимулювання роботодавців: у разі працевлаштування осіб з інвалідністю й відповідної адаптації робочого місця надається компенсація частини витрат на його облаштування. Вважаємо, що розвиток соціального підприємництва може стати ефективним механізмом створення стійких можливостей для економічної та соціальної інтеграції людей з інвалідністю, ветеранів та внутрішньоопереміщених осіб.

Таким чином, соціально відповідальна діяльність і соціальне підприємництво в Україні формують взаємодоповнювальну систему, у якій бізнес стає активним партнером суспільства у вирішенні нагальних соціально-економічних проблем. Підприємства, що інтегрують соціальну складову у стратегію розвитку, отримують не лише суспільне визнання, але й економічні переваги – зростання довіри, поліпшення репутації, залучення інвестицій і підвищення довгострокової стійкості.

Результати досліджень [3; 4; 8] підтверджують, що підприємства, які впроваджують системну СКВ, демонструють вищу стійкість, довіру споживачів і покращення фінансових показників. У цьому контексті соціальне підприємництво та корпоративна відповідальність бізнесу в Україні можна розглядати як дві взаємодоповнювальні моделі забезпечення сталого розвитку.

Висновки. Результати проведеного дослідження підтверджують, що соціальне підприємництво та корпоративна соціальна відповідальність набувають дедалі більшого

значення у формуванні сучасної моделі соціально орієнтованого розвитку. Соціальне підприємництво забезпечує можливість поєднання економічної діяльності з реалізацією суспільно значущих цілей, компенсуючи недостатність державних ресурсів у вирішенні соціальних викликів. У свою чергу, корпоративна соціальна відповідальність сприяє інституціоналізації соціальних практик бізнесу та формує стійкі механізми партнерства між підприємствами, громадою й державою.

Порівняльний аналіз свідчить, що взаємодія між соціальним підприємництвом і КСВ має синергетичний характер, адже поєднання інноваційності соціальних бізнес-моделей із стратегічними інструментами відповідальної ділової поведінки створює умови для розширення соціального впливу та підвищення ефективності соціально орієнтованих програм. Український досвід показує, що підприємства, які інтегрують соціальні принципи у свою діяльність, демонструють вищий рівень

стійкості, адаптивності та довіри з боку стейкхолдерів.

Сучасні трансформації, спричинені воєнними діями, зростанням кількості ветеранів, осіб з інвалідністю та внутрішньо переміщених осіб, актуалізують потребу у розширенні спектра соціальних підприємств і впровадженні комплексних стратегій КСВ. Розвиток інклюзивного ринку праці, підтримка соціальних інновацій та інтеграція соціальних ініціатив у бізнес-стратегії є ключовими завданнями для формування стійкої соціально орієнтованої економіки.

Перспективами подальших досліджень є розроблення моделей синергії між КСВ і соціальним підприємництвом у регіональному вимірі, оцінювання їхнього соціально-економічного впливу, формування механізмів державної підтримки гібридних бізнес-моделей та удосконалення інституційного середовища для розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Alter K. (2007). Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. URL: <https://isfcolombia.uniandes.edu> (date of access: 20.11.2025)
2. Bornstein D. (2004). How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas. Oxford : Oxford University Press. 320 p. URL: <https://mason.gmu.edu/~progers2/howtochangetheworld.pdf> (date of access: 20.11.2025)
3. Carroll A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*. Vol. 34(4). P. 39–48. URL: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-g](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-g) (date of access: 20.11.2025).
4. Defourny J., Nyssens M. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. Vol. 1, no. 1. P. 32–53. URL: <https://doi.org/10.1080/19420670903442053> (date of access: 20.11.2025).
5. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism—and Unleash a Wave of Innovation and Growth. *Harvard Business Review*, Vol. 89(1–2), pp. 62–77. URL: <https://www.communitylivingbca.com> (date of access: 20.11.2025).
6. Yunus M. (2010). Building Social Business: The New Kind of Capitalism That Serves Humanity's Most Pressing Needs. New York: PublicAffairs. 226 p.
7. Бердар М., Кот Л. Виклики та перспективи інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств у післявоєнний період. *Економіка розвитку*. 2024, № 23(2), с. 27–37. URL: <https://ecdev.com.ua/en/journals/t-23-2-2024> (дата звернення: 27.11.2025).
8. Богацька Н. М. Соціальне підприємництво як інструмент вирішення соціальних проблем у громадах. *Вісник Одеського національного економічного університету*. 2020. № 5(272), с. 45–52.
9. Валюс Л. В. Розвиток соціального підприємництва в Україні: інституційні передумови та перспективи. *Економіка і держава*. 2021. № 6, с. 80–85.
10. Кіреєва І. В. Соціальна відповідальність бізнесу: тенденції формування в Україні. *Економічний простір*. 2020. № 156, с. 56–64.
11. Кузьмін О. Є., Пирог О. В. Соціальне підприємництво: теоретико-методологічні засади розвитку в Україні. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2019. № 869, с. 102–111.
12. Курей, О. Еволюція концепції корпоративної соціальної відповідальності та її інтеграція у сучасні бізнес-моделі. *Економіка та суспільство*. 2025. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal> (дата звернення: 22.11.2025).

13. Леонтенко О. М. Практики корпоративної соціальної відповідальності українських компаній. *Традиції та новації у розвитку сучасної соціологічної науки: дослідження молодих вчених* : зб. матеріалів III Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, 24 лют. 2021 р.) / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» [та ін.] ; [редкол.: Халіков Р. Х. (відп. за вип.) та ін.]. Київ : КНЕУ, 2021. С. 210–212 URL:<https://ir.kneu.edu.ua/server/api> (дата звернення: 22.11.2025).
14. Пілецька С., Лункіна І. Основи антикризового управління в умовах впливу зовнішнього середовища. *Сталий розвиток економіки*. 2024. № 1(48). С. 281–286. URL: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-48-39> (дата звернення: 27.11.2025).
15. Про підприємництво : Закон України від 07.02.1991 № 698-XII : станом на 11 лют. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text> (дата звернення: 27.11.2025).
16. Сабецька Т. В. Соціальне підприємництво як інноваційна форма господарювання: український контекст. *Економіка та держава*. 2022. № 12, с. 58–63.
17. ТОП соціальних проєктів від українського бізнесу у 2024 році. minfin.com.ua. URL: <https://specials.minfin.com.ua> (дата звернення: 25.11.2025).
18. Щербатюк, І. О. Концептуальні основи корпоративної соціальної відповідальності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2025. URL: <https://www.google.com/url?> (дата звернення: 22.11.2025).

REFERENCES:

1. Alter, K. (2007). Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC. Available at: <https://isfcolombia.uniandes.edu> (date of access: 20.11.2025).
2. Bornstein D.(2004). How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas. Oxford : Oxford University Press. 320 p. Available at:<https://mason.gmu.edu/~progers2/howtochangetheworld.pdf> (date of access: 20.11.2025).
3. Carroll A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*. Vol. 34, no. 4, pp. 39–48. Available at: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-g](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-g) (date of access: 20.11.2025).
4. Defourny J., Nyssens M. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*. Vol. 1(1). P. 32–53. Available at: <https://doi.org/10.1080/19420670903442053> (date of access: 20.11.2025).
5. Porter, M. E., Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism – and Unleash a Wave of Innovation and Growth. *Harvard Business Review*, Vol. 89(1–2), pp. 62–77. Available at: <https://www.communitylivingbc.ca> (date of access: 20.11.2025).
6. Yunus, M. (2010). Building Social Business: The New Kind of Capitalism That Serves Humanity's Most Pressing Needs. New York: PublicAffairs. 226 p.
7. Berdar M., Kot L. Vyklyky ta perspektyvy innovatsiino-investytsiynoho rozvytku pidpriemstv u pislivoiennnyi period [Challenges and prospects of innovative and investment development of enterprises in the post-war period]. *Ekonomika rozvytku*. 2024, Vol. 23(2), pp. 27–37. Available at: <https://ecdev.com.ua/en/journals/t-23-2-2024> (date of access: 27.11.2025).
8. Bohatska N. M. (2020). Sotsialne pidpriemnytstvo yak instrument vyrishennia sotsialnykh problem u hromadakh [Social entrepreneurship as a tool for solving social problems in communities]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*. Vol. 5(272), pp. 45–52.
9. Valius L. V. (2021). Rozvytok sotsialnoho pidpriemnytstva v Ukraini: instytutsiini peredumovy ta perspektyvy [Development of social entrepreneurship in Ukraine: institutional prerequisites and prospects]. *Ekonomika i derzhava*. Vol. 6, pp. 80–85.
10. Kirieieva I. V. (2020). Sotsialna vidpovidalnist biznesu: tendentsii formuvannia v Ukraini [Corporate social responsibility: trends in formation in Ukraine]. *Ekonomichnyi prostir*. Vol. 156, pp. 56–64.
11. Kuzmin O. Ye., Pyroh O. V. (2019). Sotsialne pidpriemnytstvo: teoretyko-metodolohichni zasady rozvytku v Ukraini [Social entrepreneurship: theoretical and methodological foundations of development in Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika"*. Vol. 869, pp. 102–111.
12. Kurei O. (2025). Evoliutsiia kontseptsii korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti ta yii intehratsiia u suchasni biznes-modeli [The evolution of the concept of corporate social responsibility and its integration into modern business models]. *Ekonomika ta suspilstvo*. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal> (accessed November 22, 2025).

13. Leontenko O. M. (2021). Praktyky korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti ukraïnskykh kompanii. *Tradytsii ta novatsii u rozvytku suchasnoi sotsiologichnoi nauky: doslidzhennia molodykh vchenykh* [Corporate social responsibility practices of Ukrainian companies. Traditions and innovations in the development of modern sociological science: research by young scientists]: zb. materialiv III Vseukr. nauk.-prakt. konf. studentiv, aspirantiv ta molodykh uchenykh (Kyiv, 24 liut. 2021 r.) / M-vo osvity i nauky Ukrainy, DVNZ «Kyiv. nats. ekon. un-t im. V. Hetmana» [ta in.] ; (redkol.: Khalikov R. Kh. (vidp. za vyp.) ta in.). Kyiv : KNEU, pp. 210-212. Available at: <https://ir.kneu.edu.ua/s> (date of access: 20.11.2025)
14. Piletska S., Lunkina I. (2024). Osnovy antykrizovoho upravlinnia v umovakh vplyvu zovnishnoho seredovyshcha [Fundamentals of crisis management in conditions of external environmental influence]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, vol 1(48). pp. 281–286. Available at: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-48-39> (accessed November 27, 2025).
15. Pro pidpriemnytstvo : Zakon Ukrainy vid 07.02.1991 № 698-XII : stanom na 11 liut. 2022 [On Entrepreneurship: Law of Ukraine dated 07.02.1991 No. 698-XII: as of Feb. 11, 2022]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua> (accessed November 27, 2025).
16. Sabetska T. V. (2022). Sotsialne pidpriemnytstvo yak innovatsiina forma hospodariuvannia: ukraïnskyi kontekst [Social entrepreneurship as an innovative form of business: Ukrainian context]. *Ekonomika ta derzhava*. Vol 12, pp. 58–63.
17. Shcherbatiuk, I. O. (2025). Kontseptualni osnovy korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Conceptual foundations of corporate social responsibility]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*. Available at: <https://www.google.com/url?> (accessed November 22, 2025).
18. TOP sotsialnykh proektiv vid ukraïnskoho biznesu u 2024 rotsi. minfin.com.ua [TOP social projects from Ukrainian business in 2024. minfin.com.ua]. Available at: <https://specials.minfin.com.ua> (accessed November 22, 2025).