

16. CEP 2022: Zrostannia aktyvizmu, vidsich vorohu ta zmina stavlennia do koruptsii. USAID. Available at: <https://en-gage.org.ua/cep-2022-zrostannia-aktyvizmu-vidsich-vorohu-ta-zmina-stavlennia-do-koruptsii/>.

17. GDP per capita, PPP (current international \$). International Comparison Program, World Bank. World Development Indicators database, World Bank. Eurostat-OECD. PPP Programme. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD>.

**Abstract.**

**Sytnyk H., Taran Y. State policy regarding the welfare of the population and food security of Ukraine in the context of its competitiveness: theoretical aspect.**

The article is devoted to analyzing the dependence on population well-being and food security in Ukraine in the context of post-war reconstruction and state competitiveness, as well as the risks and limitations of state policy. The article combines three concepts for the first time: «well-being of the population», «food security», «state competitiveness». The authors used various theoretical and practical approaches, criteria, indicators, and methods that reflect different aspects and problems of population well-being and state competitiveness. They also considered international standards and recommendations and the specificity of national conditions and needs. Population well-being, food security, and state competitiveness depend on each other, but they are not a linear and unambiguous dependence. Various factors, such as context, values, interests, strategies, and policies, influence this dependence. Post-war reconstruction and state competitiveness create new challenges and threats to population well-being and food security in Ukraine, such as uneven distribution of resources, goods, opportunities, and influence among different groups of the population, especially vulnerable and marginalized, negative impact on the environment, which is an essential factor of population well-being, reduction of quality of life, health, security, and happiness of the population. The author proposed a strategy that would consider the interests and needs of different population groups and the preservation and improvement of the environment. Such a strategy should be based on the guaranteed minimum level of well-being, ensuring equal opportunities, improving quality of life, strengthening social cohesion, and ensuring social security, protection, responsibility, and integration. The risks and limitations of state policy on population well-being in Ukraine can be prevented and overcome by conducting administrative, economic, demographic, social, political, defense, environmental, and cultural reforms. The results of this study can be used for planning, implementation, monitoring, and evaluation of state policy on population well-being and state competitiveness in Ukraine, as well as for cooperation with international partners and the public. The author calls for further research on these issues, especially using new data, methods, and tools.

**Keywords:** state policy, food security, well-being, population, Ukraine, strategy, scientific foundations, priorities, challenges, post-war reconstruction, competitiveness, state.

Стаття надійшла до редакції 20.12.2023 р.

**Бібліографічний опис статті:**

Ситник Г.П., Таран Є.І. Державна політика щодо добробуту населення та продовольчої безпеки України у контексті її конкурентоспроможності: теоретичний аспект. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2024. № 1. С. 14-19.

Sytnyk H., Taran Y. State policy regarding the welfare of the population and food security of Ukraine in the context of its competitiveness: theoretical aspect. Actual problems of innovative economy and law. 2024. No. 1, pp. 14-19.

УДК [334.722:364.46]:355.271(477); JEL classification: L31  
DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-1-4>

АЧКАСОВА Оксана Вікторівна<sup>1</sup>, кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри соціальної економіки, <https://orcid.org/0000-0001-7137-3996>

## РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В НЕВИЗНАЧЕНИХ УМОВАХ ВІЙНИ

**Ачкасова О.В. Розвиток соціального підприємництва в невизначених умовах війни.**

У статті досліджено розвиток соціального підприємництва в невизначених умовах війни. Проаналізовано концепцію соціального підприємництва поряд з іншими формами діяльності. Встановлено, що соціальне підприємство розташовується між традиційним підприємництвом і благодійністю: від «традиційного» підприємництва воно відрізняється своїми цілями, спрямованими на соціальні зміни та системне вирішення соціальних проблем, а від благодійності – підприємницьким характером своєї діяльності. Виокремлено складові соціального підприємництва, зокрема: соціальна проблема, цінності, самоопукність, соціальна мета, інноваційність, залучення громади, підприємницький підхід, соціальний вплив. Наголошено на тому, що в умовах воєнних дій соціальне підприємство є одним із ефективних інструментів для вирішення цілої низки соціальних проблем, оскільки воно не лише сприяє створенню важливих робочих місць, але й забезпечує глобальний вплив на суспільство через свої соціальні ініціативи.

**Ключові слова:** соціальне підприємство, благодійність, громадські організації, соціальні проблеми, вразливі групи населення.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Соціальні проблеми існують у багатьох сферах, таких як освіта, медицина, охорона довкілля, економіка тощо. Зазвичай їх вирішують через державні програми, благодійність або приватне меценатство. Однак ці підходи мають свої недоліки, такі як довгий час очікування на затвердження програм, голосування, алокація коштів у наступному бюджеті або збір благодійних внесків. Отримані кошти допомагають зменшити наслідки проблем, але не вирішують їх причин і витрачаються лише один раз, не повертаючись

назад, що часто змушує знову шукати фінансування. Російське повномасштабне вторгнення стало каталізатором глибоких суспільних змін в Україні, піднявши на поверхню та загостривши численні проблеми, які раніше ігнорувалися або вважалися несуттєвими. Наприклад, стало болючим питанням працевлаштування вразливих груп населення, таких як внутрішньо переміщені особи, люди з інвалідністю або ті, хто став жертвою російського терору і залишився без покрівлі над головою. Соціальне підприємство є одним із ефективних інструментів для вирішення

<sup>1</sup>Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

подібних проблем, оскільки воно не лише сприяє створенню важливих робочих місць, але й забезпечує глобальний вплив на суспільство через свої соціальні ініціативи.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням питань соціального підприємництва займаються низка вітчизняних і зарубіжних вчених, вивчаючи при цьому різні його аспекти: Журахівська О., Лункіна Т., Іваненко Г., Пилипенко Н., Карпець О., Толства А., Сергієнко С., Юрченко О., Свирида О., Bacq S., Janssen F., Certo T., Miller T., Chell E., Nicolopoulou R., Karatas M., Dees G., Nicholls A., Cho A., Thompson J., Alvy G., Lees A., Urban B., Waddock S., Post J., Wallace S., Weerawardena J., Mort G., Zahra S., Gedajlovic E., Neubaum D., Shulman J. та ін. [1-19]. Проте не зважаючи на значну кількість наукових праць на зазначену тематику, враховуючи умови війни в Україні, залишається потреба у подальших дослідженнях.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета статті: дослідити розвиток соціального підприємництва в невизначених умовах війни.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У кінці 1990-х років термін «соціальне підприємництво» почав активно використовуватися в академічному середовищі завдяки роботі вчених, зокрема Білла Дрейтона, засновника компанії «Ашока», і Чарльза Лідбітера. Зокрема, С. Вадок у 1991 р. опублікувала статтю, в якій висвітлювала поняття соціального підприємництва [17; 9; 10]. Грегори Діз, директор Центру розвитку соціального підприємництва університету Дьюка, представив соціальне підприємництво як професійну діяльність та об'єкт вивчення, підкреслюючи його важливу роль у вирішенні соціальних проблем [13]. Майкл Янг відіграв значну роль у розвитку цього напрямку, створивши понад 60 організацій по всьому світу, включаючи декілька Шкіл соціального підприємництва у Великій Британії, що визнано Деніелом Беллом, професором Гарвардського університету, як одного з найуспішніших підприємців у галузі соціальних ініціатив [12, 19, 14].

Основні переваги, пов'язані з зацікавленістю у дослідженні соціального підприємництва, полягають у його спроможності вирішувати соціальні проблеми за допомогою інноваційних технологій [15]. Воно також сприяє створенню гібридних підприємств, де інноваційна підприємницька діяльність спрямована на досягнення як соціального, так і економічного зростання. Це відрізняється від традиційних підприємницьких практик у сферах державного та приватного секторів [18].

У ХХ столітті спостерігався значний розвиток соціального підприємництва. Поява некомерційних організацій та підприємств з соціальною місією відкрила нові можливості для вирішення широкого спектру проблем. Різні країни Європи реагували на ці виклики по-різному. Наприклад, у 1980-х роках Бельгія, Франція, Німеччина та Ірландія запровадили концепцію «вторинного ринку праці», щоб боротися з безробіттям. У 1990-х роках під керівництвом держави соціальні підприємства почали активно розвиватися у Великобританії [1].

У країнах з розвинутою економікою соціальне підприємництво застосовує інноваційні та економічно ефективні методи для вирішення ключових соціальних проблем, таких як зменшення бідності та подолання гендерної нерівності [11; 20].

У менш розвинених країнах, де традиційні державні ініціативи не можуть вирішити всі соціальні проблеми, соціальне підприємництво стає незамінним інструментом. Зростання проблем у сфері соціального благополуччя, таких як масштабні нерівності в освіті та житлі, а також високий рівень безробіття та бідності, підкреслює необхідність дій. У цих умовах соціальні підприємці виступають агентами змін, приймаючи місію створення та підтримки соціальних цінностей та використовуючи нові можливості для досягнення цієї місії [16].

Не існує загальноприйнятого визначення поняття «соціальне підприємництво», оскільки різні школи та законодавства різних країн надають свої власні визначення та критерії. В українських реаліях найрозповсюдженішим є визначення соціального підприємництва як активної підприємницької діяльності, що вирішує соціальну проблему і створює стабільну соціальну цінність. Цим видом діяльності можуть займатися як окремі команди або групи людей, так і громадські організації, а також комерційні бізнеси, які бажають інтегрувати соціальну складову у свою бізнес-модель. Основними критеріями соціального підприємництва є:

- виражена підприємницька діяльність: соціальні підприємства використовують методи ведення бізнесу для створення або підвищення соціальної цінності чи створення та функціонування бізнесу соціального призначення, який може приносити прибуток на користь підприємця, бізнесу та соціальної справи;

- реінвестування прибутків: соціальне підприємство стабільно реінвестує свої прибутки у вирішення соціальних проблем, що може здійснюватися у вигляді перерахунку стабільного відсотка від прибутків на підтримку благодійних проєктів чи ініціатив або інвестиції в розвиток самого підприємства;

- соціальний вплив: соціальні бізнеси встановлюють конкретні цілі щодо вирішення соціальних проблем та регулярно вимірюють і публічно звітують про свій соціальний вплив;

- масштабованість та тиражованість: соціальні підприємства збільшують кількість напрямів і масштаби своєї діяльності для збільшення соціального впливу;

- інновації та системні зміни: соціальні підприємства застосовують інноваційні підходи та трансформують системи, які вже існують.

Соціальне підприємництво розташовується між традиційним підприємництвом і благодійністю. Воно відрізняється від «традиційного» підприємництва своїми цілями, спрямованими на соціальні зміни та системні вирішення соціальних проблем. Від благодійності воно відрізняється підприємницьким характером своєї діяльності (рис. 1).

Щоб визначити соціальне підприємство та відрізнити його від звичайного бізнесу чи

благодійного фонду, потрібно розглянути його складові (табл. 1). Ці складові допомагають визначити, наскільки діяльність є соціально

спрямованою та відрізняється від звичайного бізнесу чи благодійного фонду.

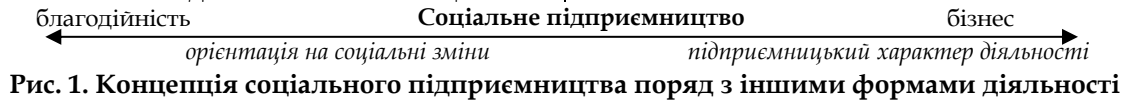


Рис. 1. Концепція соціального підприємництва поряд з іншими формами діяльності

Таблиця 1

Концептуальні складові соціального підприємництва

Складова	Характеристика
Соціальна проблема	реальна ситуація або умова, яка загрожує певним цінностям і вимагає негайних змін. Соціальні проблеми можуть бути різноманітними, включаючи економічні та екологічні аспекти
Цінності	значущі для людей норми, ідеали моралі та зразки поведінки, які об'єднують спільноту. Соціальне підприємство може формувати нові цінності та змінювати ставлення людей
Самоокупність	існування бізнес-моделі, яка забезпечує прибуток та фінансову стабільність підприємства
Соціальна мета	бажане колективне майбутнє, досягнення якого направлена діяльність соціального підприємства
Інноваційність	новий підхід до вирішення соціальних проблем, який може бути більш ефективним, впливовим або стійким, ніж ті, що вже існують
Залучення громади	співпраця з місцевим населенням та об'єднання спільноти для вирішення соціальних проблем
Підприємницький підхід	перетворення проблеми на завдання та пошук економічно доцільного рішення
Соціальний вплив	позитивні зміни в суспільстві, які створює соціальне підприємство згідно з його метою

Розроблено на основі [4].

Україна вперше розпочала активний розвиток концепції соціального підприємництва з моменту створення у 2010 році Консорціуму «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні», до складу якого увійшли Фонд «Східна Європа», Міжнародний фонд «Відродження», комерційний банк «Ерсте Банк» та міжнародна аудиторська компанія «PWC». За даними аналітичного звіту проєкту «EU4Youth», в Україні наразі функціонує близько 1000 підприємств, що можна віднести до соціальних. За останні 6 років ця кількість збільшилася на 82% [5].

Існує три основні напрями соціального підприємництва в Україні, зокрема:

1. Створення робочих місць для членів певних соціальних груп. Наприклад, Veteranano Group – це ініціатива ветеранів російсько-української війни, яка забезпечує працевлаштування для ветеранів. У склад Veteranano Group входять Veteranano Pizza, Veteranano Brownie та Veteranano Coffee.

2. Створення механізму для впровадження суспільних змін або трансформації. Наприклад, Urban Space 100 – це громадський ресторан у Івано-Франківську, який спрямовує 80% свого прибутку на реалізацію громадських проєктів. Urban Space був одним з перших соціальних підприємств в Україні.

3. Створення унікального продукту або послуги, який відповідає потребам певної соціальної групи. Наприклад, магазин Інвафішки пропонує товари та послуги для людей з інвалідністю, спрямовані на покращення їхнього життя та комфорту [7].

Неспокійні періоди впливають на суспільство, змушуючи його шукати нові рішення. Дворічний період війни демонструє нашу здатність ефективно реагувати на складні виклики та вирішувати проблеми, які не вдається вирішити за допомогою державних структур. Особливо це стосується соціально вразливих категорій населення. За даними уряду, понад 5 млн українців стали внутрішньо переміщеними особами, з яких 2,5 млн отримують допомогу від держави. Завдяки ракетним обстрілам та бойовим діям кожного дня збільшується кількість людей з інвалідністю – станом на кінець 2023 р. їхнє число вже перевищило 3 млн. Ці

проблеми стимулюють розвиток соціального підприємництва в Україні – напрямку бізнесу, який ставить перед собою завдання задоволення соціальних потреб населення. Такий вид бізнесу, спрямований на соціальний вплив, а не на максимізацію прибутку, створює робочі місця для уразливих груп, сприяє інклюзії та сприяє сталому розвитку [1].

Проведене дослідження підтвердило поступове збільшення кількості соціальних підприємств в Україні. В Україні тенденція до соціального бізнесу існувала й до 2022 року. Однак повномасштабна війна відкрила очі на те, що ця форма підприємництва може ефективно вирішувати проблеми тих, хто найбільше потребує підтримки. Тому на сьогодні багато українських бізнесів мають соціальну місію.

Водночас на сьогодні соціальне підприємництво ще не досягло достатнього рівня розвитку в нашій країні. Як зазначають Юрченко О., Свирида О., цьому сприяють проблеми, такі як відсутність початкового капіталу, недостатня освіченість населення щодо сутності та механізму цього типу підприємницької діяльності, а також відсутність законодавчої бази, яка б регулювала функціонування соціальних підприємств [8].

Соціальне підприємництво, на відміну від традиційного підприємництва, несе подвійне навантаження та подвійні ризики (соціальні та економічні). Це означає, що такий вид бізнесу витрачає частину свого прибутку не на особисте збагачення, а на розвиток соціальних проєктів, які за своєю суттю часто є неприбутковими, а іноді й збитковими. Для досягнення успіху та хороших показників соціальному підприємству необхідно мати вищий рівень професійності порівняно з традиційними підприємствами через це подвійне навантаження. Воно повинно вміло управляти як бізнес-аспектом, так і соціальною складовою, і соціальним маркетингом. Згідно з запропонованим проєктом змін у законодавстві соціальні підприємства мають регулярно робити внесок (на рівні 30% від прибутку) або мати у складі працівників 50% осіб із вразливих верств населення. Деякі фахівці пропонують інші обсяги та відсоткові

співвідношення, але обов'язковим є постійний соціальний внесок та надання послуг для вразливих верств населення.

Незважаючи на всі труднощі, рух соціального підприємництва активно розвивається в Україні. За останні два роки кількість соціальних підприємств збільшилася на 60%, хоча громадськість, держава, суспільство та інвестори ще не повністю ознайомлені з цією сферою. У зв'язку з цим соціальний бізнес нині прагне посилити партнерство з традиційним бізнесом, щоб у співпраці уберегти себе від економічних криз. Ще однією негайною потребою для соціальних підприємців є посилення ролі держави у розвитку соціального підприємництва. Розвиток соціального бізнесу в Україні значно випередив стан нормативно-правової бази та положення державної політики у сфері економіки та соціальних питань. Незважаючи на динамічний розвиток соціального бізнесу, держава не визнає його на правовому рівні та не враховує в його формулюванні політики та стратегії розвитку країни, не оцінює його внесок і високу соціальну та економічну місію.

Першим необхідним кроком держави в цьому напрямку має бути введення поняття соціального бізнесу у правове поле, нормативне визначення цього поняття та його характеристик. Це допоможе у визначенні соціальної підприємницької діяльності та точному обліку її внеску. Крім того, нормативне визначення є важливою передумовою для створення єдиного та прозорого механізму кредитування за спеціальними умовами лише для

соціальних підприємств. Існуючі системи кредитування для традиційного бізнесу ставлять соціальний бізнес у нерівні умови, оскільки він несе не лише економічні, а й соціальні ризики. Тому соціальний бізнес є більш вразливим у економічному плані. Крім цього, необхідним є впровадження системи державної підтримки соціального бізнесу передує шляхом зменшення податкового тягаря. Це також сприятиме економічній стійкості та динаміці розвитку соціального підприємництва. Очевидно, що на сьогодні настає час для внесення змін до чинного законодавства з метою збереження позитивної динаміки розвитку соціального бізнесу.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Соціальні проблеми можна ефективно вирішувати за допомогою бізнесового підходу, де підприємство самостійно заробляє прибуток, який використовується для вирішення проблеми та розвитку власного бізнесу. Соціальне підприємство – це активна підприємницька діяльність, яка вирішує соціальні проблеми і створює стабільну соціальну цінність. Україна має численні соціальні підприємства, які показують, що можливо залучати до діяльності людей, які опинилися у соціальній ізоляції, і перетворювати їхню вразливість на рушійну силу бізнес-проекту, а також покращувати наявні на ринку продукти чи послуги. Соціальний бізнес, який заробляє більше, також вкладає більше у соціальні зміни. Це стимулює зростання обізнаності населення, попити, довіри та прибутків, які знову інвестуються у зміни, що особливо актуалізується у складних умовах війни.

#### Література.

1. Журахівська О. Як соціальний бізнес може трансформувати Україну після війни. URL: <https://cs.detector.media/reforms/texts/185889/2024-02-15-yak-sotsialnyy-biznes-mozhe-transformuvaty-ukrainu-pislya-viyny/>.
2. Лункіна Т.І., Іваненко Г.Ю. Особливості розвитку соціального підприємництва: закордонний досвід. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2019. № 15. С. 142-147. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/15-2019/lunkyna.pdf>.
3. Пилипенко Н.М., Карнець О.В. Теоретичні аспекти соціального підприємництва в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8757>.
4. Складові соціального підприємництва. URL: <https://business.diia.gov.ua/components-of-social-entrepreneurship>.
5. Соціальне підприємництво в Україні. Економіко-правовий аналіз. Звіт за проектом EU4Youth, 2020. URL: <https://euneighbourseast.eu/news/publications/social-entrepreneurship-in-ukraine-economic-and-legal-analysis>.
6. Толства А., Сергієнко С. Розвиток соціального підприємництва в Україні: проблеми та можливості. *Вісник економіки, транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 384-391.
7. Що таке соціальне підприємництво. URL: <https://bomedia.com.ua/socpidp/>.
8. Юрченко О., Свирида О. Соціальні підприємства в Україні: стан та проблеми розвитку. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. № 3 (03). Р. 74-78.
9. Bacq S., Janssen F. The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*. 2011. Vol. 23. № 5-6. Р. 373-403.
10. Certo T., Miller T. Social entrepreneurship: Key issues and concepts. *Business Horizons*. 2008. Vol. 51. Р. 267-271
11. Chell E., Nicolopoulou R., Karatas M. Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*. 2010. Vol. 22. № 6. Р. 485-493.
12. Dees G. Taking Social Entrepreneurship Seriously. *Innovation, and Social Problem Solving. Society*. 2007. Vol. 44. № 3.
13. Dees G. The Meaning of Social Entrepreneurship. *Comments and suggestions contributed from the Social Entrepreneurship Funders Working Group*. 1998. Vol. 31. Р. 28-33.
14. Nicholls A., Cho A. Social entrepreneurship: The structuration of a field. In *Social entrepreneurship - new models of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press. 2008. Р. 99-118.
15. Thompson J., Alvy G., Lees A. Social Entrepreneurship: A New Look at the People and the Potential. *Management Decisio*. 2000. Vol. 3. Р. 328-338.
16. Urban B. Social Entrepreneurship in an Emerging Economy: A Focus on the Institutional Environment and Social Entrepreneurial Self-Efficacy. *Managing Global Transitions*. 2013. Vol. 11. № 1. Р. 3-25.
17. Waddock S., Post J. Social Entrepreneurs and Catalytic Change. *Public Administration Review*. 1991. Vol. 5. № 5. Р. 393.
18. Wallace S. Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 1999. Vol. 47. № 2. Р. 153-174.
19. Weerawardena J., Mort G. Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*. 2006. Vol. 41. № 1. Р. 22.

20. Zahra S., Gedajlovic E., Neubaum D., Shulman J. A typology of social entrepreneurs: Motives, search process, and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*. 2009. Vol. 24. № 5. P. 519-532.

References.

1. Zhurakhiv's'ka, O. Yak sotsial'nyj biznes mozhe transformuvaty Ukrainu pislia vijny. [How social business can transform Ukraine after the war]. Available at: <https://cs.detector.media/reforms/texts/185889/2024-02-15-yak-sotsialnyy-biznes-mozhe-transformuvaty-ukrainu-pislya-viyny/>.
2. Lunkina, T.I., Ivanenko, H.Yu. (2019). «Features of the development of social entrepreneurship: foreign experience». *Elektronne naukove fakhove vydannia z ekonomichnykh nauk «Modern Economics»*. № 15. pp. 142-147. Available at: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/15-2019/lunkyna.pdf>.
3. Pylypenko, N.M., Karpets', O.V. (2021). «Theoretical aspects of social entrepreneurship in modern conditions». *Efektivna ekonomika*. № 3. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8757>. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.3.87>.
4. Skladovi sotsial'noho pidpriemnytstva. [Components of social entrepreneurship]. Available at: <https://business.dia.gov.ua/components-of-social-entrepreneurship>.
5. Sotsial'ne pidpriemnytstvo v Ukraini. Ekonomiko-pravovyj analiz. Zvit za proektom EU4Youth. (2020). [Social entrepreneurship in Ukraine. Economic and legal analysis. EU4Youth Project Report]. Available at: <https://euneighbourseast.eu/news/publications/social-entrepreneurship-in-ukraine-economic-and-legal-analysis>.
6. Tolstva, A., Serhiienko, S. (2018). «Development of social entrepreneurship in Ukraine: problems and opportunities». *Visnyk ekonomiky, transportu i promyslovosti*. № 62. pp. 384-391.
7. Scho take sotsial'ne pidpriemnytstvo. [What is social entrepreneurship]. Available at: <https://bome-dia.com.ua/socpidp/>.
8. Yurchenko, O., Svyryda, O. (2022). «Social enterprises in Ukraine: state and problems of development». *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka*. № 3 (03). pp. 74-78. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.3-13>.
9. Bacq, S., Janssen, F. (2011). «The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria». *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 23. № 5-6. pp. 373-403.
10. Certo, T., Miller, T. (2008). «Social entrepreneurship: Key issues and concepts». *Business Horizons*. Vol. 51. pp. 267-271.
11. Chell, E., Nicolopoulou, R., Karatas, M. (2010). «Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives». *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 22. № 6. pp. 485-493.
12. Dees, G. (2007). «Taking Social Entrepreneurship Seriously». *Innovation, and Social Problem Solving. Society*. Vol. 44. № 3.
13. Dees, G. (1998). «The Meaning of Social Entrepreneurship». *Comments and suggestions contributed from the Social Entrepreneurship Funders Working Group*. Vol. 31. pp. 28-33.
14. Nicholls, A., Cho, A. (2008). Social entrepreneurship: The structuration of a field. In *Social entrepreneurship - new models of sustainable social change*. Oxford University Press. Oxford.
15. Thompson, J., Alvy, G., Lees, A. (2000). «Social Entrepreneurship: A New Look at the People and the Potential». *Management Decisio*. Vol. 3. pp. 328-338.
16. Urban, B. (2013). «Social Entrepreneurship in an Emerging Economy: A Focus on the Institutional Environment and Social Entrepreneurial Self-Efficacy». *Managing Global Transitions*. Vol. 11. № 1. pp. 3-25.
17. Waddock, S., Post, J. (1991). «Social Entrepreneurs and Catalytic Change». *Public Administration Review*. Vol. 5. № 5. pp. 393.
18. Wallace, S. (1999). «Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development». *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Vol. 47. № 2. pp. 153-174.
19. Weerawardena, J., Mort, G. (2006). «Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model». *Journal of World Business*. Vol. 41. № 1. pp. 22.
20. Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D., Shulman, J. (2009). «A typology of social entrepreneurs: Motives, search process, and ethical challenges». *Journal of Business Venturing*. Vol. 24. № 5. PP. 519-532.

Abstract.

**Achkasova O. The need for the development of social entrepreneurship in the undetermined conditions of war.**

The article examines the development of social entrepreneurship in the uncertain conditions of war. The concept of social entrepreneurship is analyzed along with other forms of activity. It has been established that social entrepreneurship is located between traditional entrepreneurship and charity: it differs from "traditional" entrepreneurship by its goals aimed at social changes and systemic solutions to social problems and from charity by the entrepreneurial nature of its activity. The components of social entrepreneurship are singled out: social problem, values, self-sufficiency, social goal, innovativeness, community involvement, entrepreneurial approach, and social influence. These components help to determine the extent to which the activity is socially oriented and differs from an ordinary business or charitable foundation. There are three main directions of social entrepreneurship in Ukraine, in particular: 1) the creation of jobs for members of certain social groups; 2) the creation of a mechanism for implementing social changes or transformation; 3) the creation of a unique product or service that meets the needs of a particular social group. The main criteria of social entrepreneurship include pronounced entrepreneurial activity, reinvestment of profits, social influence, scalability and replicability, innovations, and systemic changes. It is emphasized that in the context of military operations, social entrepreneurship is one of the practical tools for solving several social problems, as it not only contributes to creating essential jobs but also provides a global impact on society through its social initiatives. In addition, it was emphasized that there is an urgent need to change the current legislation to preserve the positive dynamics of social business development. The conducted research confirmed the gradual increase in the number of social enterprises in Ukraine. In Ukraine, the trend towards social business existed until 2022. However, the full-scale war opened the eyes to the fact that this form of entrepreneurship can effectively solve the problems of those who need support the most. Therefore, today, many Ukrainian businesses have a social mission.

**Keywords:** social entrepreneurship, charity, public organizations, social problems, vulnerable population groups.

Стаття надійшла до редакції 16.12.2023 р.

Бібліографічний опис статті:

Ачкасова О.В. Розвиток соціального підприємництва в невизначених умовах війни. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2024. № 1. С. 19-23.

Achkasova O. The need for the development of social entrepreneurship in the undetermined conditions of war. Actual problems of innovative economy and law. 2024. No. 1, pp. 19-23.

