

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Україна)  
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України (Україна)

Інститут проф. Жана-Урбана Сандаля (Норвегія)

Університет ім. Фрідріха-Олександра Ерланген-Нюрнберг (Німеччина)

Казахський університет економіки, фінансів та міжнародної торгівлі  
(Республіка Казахстан)

Варшавський технологічний університет «Варшавська політехніка» (Польща)

Балтійська міжнародна академія (Латвійська Республіка)

Національний технічний університет «Київський політехнічний інститут  
імені Ігоря Сікорського» (Україна)

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України (Україна)

Міжнародний університет фінансів (Україна)

**МАТЕРІАЛИ  
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ  
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:  
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

25 листопада 2022 року  
м. Харків, Україна

ББК 65.050

К 64

*Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 8 від 01.12.2022 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 13 від 18.11.2022 р.)*

**Рецензенти:** **Кизим Микола Олександрович** – доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, проректор Харківського національного університету міського господарства ім. О. М. Бекетова (Харків, Україна);

**Криворучко Оксана Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);

**Назарова Галина Валентинівна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна)

**Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики :** матеріали XVII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 25 листопада 2022 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2022. 122 с. (+ додаток). Укр. мова, англ. мова

**ISBN 978-617-7801-37-4**

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках сімнадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції, проблем розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, науковим, освітнім і громадським організаціям, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

ББК 65.050

**ISBN 978-617-7801-37-4**

© Колектив авторів, 2022

© ФОП Лібуркіна Л. М., 2022

Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність ...

<i>Решетняк О. І.</i> Відродження потенціалу науки у повоєнний період як ключової детермінанти забезпечення конкурентоспроможності України .....	845
<i>Салун М. М., Панаєтов Г. К.</i> Сингулярність соціального підприємництва .....	849
<i>Семигуліна І. Б., Ярошенко І. В.</i> Аналіз особливостей класифікації видів територій для використання в системі публічного управління розвитком та відновлення України .....	854
<i>Khaustova V. Ye., Doronina M. S.</i> Consolidation of Ukrainian society: problems and perspectives.....	859
<i>Хаустова В. Є., Салашенко Т. І.</i> 3D-модель енергетичного переходу електроенергетики України до енергетики 4.0.....	862
<i>Хаустова В. Є., Трушкіна Н. В.</i> Щодо оцінювання ефективності переходу до зеленої економіки як детермінанти забезпечення конкурентоспроможності та екологічної безпеки.....	867
<i>Хаустов М. М.</i> Формування екосистеми стартапів задля майбутнього розвитку України .....	872
<i>Шликова В. О., Леванда О. М.</i> Світовий досвід аналізу ефективності антикризових заходів подолання наслідків пандемії COVID-19 .....	877
<i>Шнілевський В. В.</i> Економічний і суспільний аспекти формування військових витрат в Україні.....	881
<i>Шнілевський О. В.</i> Ідентифікація перспективних технологій теплової електрогенерації .....	886

## Сингулярність соціального підприємництва

**Салун Марина Миколаївна,**

доктор економічних наук, професор, завідувачка  
кафедри підприємництва і торгівлі, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),  
e-mail: Maryna.Salun@hneu.net;

**Панаєтов Григорій Костянтинович,**

директор Харківського регіонального фонду підтримки підприємництва  
(м. Харків, Україна), e-mail: panaetov@i.ua

В останні два десятиліття спостерігається вибух інтересу до соціального підприємництва [2; 3], яке залишається «допарадигмальною» академічною галуззю, а науковці шукають його визначення як створення комерційних, некомерційних і «гібридних» організацій, які використовують механізми ринку для вирішення соціальних проблем за допомогою інноваційних бізнес-методів. Дослідження соціального підприємництва здебільшого зосереджені на мотивації та намірах (наприклад, створення економічної або «соціальної» цінності), менше – на їх поведінці (наприклад, спроби об'єднати економічну та соціальну логіку дій) і майже зовсім не концентруються на їх функції в економіці.

За даними глобального моніторингу підприємництва [1], соціальне підприємництво існує практично в кожній країні та стрімко зростає: у США частка соціальних підприємців зросла з 37 % у 2010 р. до майже 90 % у 2022 р.; у Великій Британії, Франції та Німеччині соціальне підприємництво становило відповідно 12 %, 34 % та 15 % від загальної чисельності підприємців у 2015 р. та збільшилось до 72 %, 68 %, 61 % у 2022 р.

З опитаних соціальних підприємців 52 % заявили, що збільшили свої доходи за останній рік (проти 40 % для власників традиційного бізнесу), 41 % повідомили про створення робочих місць за останні 12 місяців (проти 22 % для власників традиційного бізнесу), і, як по-

казник інноваційності, 59 % соціальних підприємців повідомили про впровадження нового продукту або послуги за останній рік (проти 38 % власників традиційного бізнесу). Соціальні підприємства приваблюють як споживачів, так і працівників, особливо покоління «міленіалів», яке є найбільшим сегментом робочої сили в багатьох досліджених країнах.

Таким чином, ключовою відмінністю між соціальними та традиційними підприємцями є унікальна функція, яку соціальні підприємці виконують в економіці – вони свідомо визначають, створюють і реалізують ринкові можливості, які приводять до позитивних зовнішніх ефектів, що приносять користь групі бенефіціарів (суспільству та його членам), хоча зазвичай це традиційно було сферою діяльності державного та волонтерського секторів економіки.

Тобто соціальне підприємництво – це альтернативний підхід або реакція на недоліки державних і традиційних неприбуткових програм:

*по-перше*, соціальне підприємництво повністю базується на добровільному обміні, навіть ресурси, що використовуються для його фінансування та створення, такі як особисті кошти підприємців або капітал бізнес-янголів або венчурних інвесторів, надаються добровільно і без примусу, на відміну від державних програм, спрямованих на вирішення соціальних проблем, які здебільшого фінансуються за рахунок податків, які є примусовими;

*по-друге*, обмеженням благодійних програм, пропонувананих урядами або традиційними неприбутковими організаціями, є те, що вони не надають бенефіціарам можливості «заробити» пільги і, таким чином, не сприяють самодостатності та гідності, що походить від цінності роботи. При цьому більшість соціальних підприємців покладаються на бізнес-модель, яка використовує зайнятість для створення побічних вигід та позитивного впливу на гідність для груп бенефіціарів;

### Секція 3. Сучасні детермінанти забезпечення конкурентоспроможності та національної безпеки України

*по-третє*, соціальні підприємці мають бути більш чутливими до ринкових сигналів і потреб своїх клієнтів (і бенефіціарів), ніж неприбутковий чи державний сектор, через механізм зворотного зв'язку між ринком і підприємством. Таким чином, конкуренція на ринку забезпечує певний рівень «ринкової дисципліни» в діяльності соціальних підприємців і змушує їх продовжувати впроваджувати інновації та вдосконалювати свої продукти та послуги, щоб утримувати та залучати клієнтів і залишатися фінансово життєздатними. Подібні механізми не існують або не настільки сильні в неприбутковому чи державному секторах;

*по-четверте*, працюючи на ринку і намагаючись використовувати ринкові механізми, соціальні підприємці можуть відкрити нові неохоплені сегменти споживачів, які висловлюють чітке бажання, щоб їхні покупки не тільки приносили їм особисту матеріальну вигоду, але й створювали соціальну цінність (цю тенденцію називають «свідомим споживанням» або «етичним споживанням»). Транзакції таких споживачів – непорівняно більший пул фінансових ресурсів, ніж, наприклад, сума благодійних пожертвувань, зроблених неприбутковою організацією. Тому додатковою перевагою соціального підприємництва є бізнес-модель із значно більшим обсягом потенційних джерел фінансування та з більшою ймовірністю фінансової самодостатності.

Незважаючи на сильні сторони, пов'язані з унікальною функцією, яку соціальні підприємці прагнуть виконати в економіці, цей підхід не позбавлений обмежень:

- основна діяльність соціальних підприємців супроводжується проблемою визначення (або створення) як життєздатної бізнес-можливості (наприклад, цінної, але незадоволеної потреби на ринку), так і «соціальної можливості» (тобто засобу створення побічних вигід для певної групи бенефіціарів). Ефективні соціальні підприємства знаходять спосіб об'єднати два типи можливостей в єдину бізнес-модель, однак кожна з цих двох місій

представляє окрему інституційну логіку, яка включає різні цінності, моделі поведінки та цілі, а соціальне підприємство стає «гібридною» організацією;

- існують обмеження в охопленні моделей соціального підприємництва – існують проблеми, з яких або неможливо отримати достатню вигоду для підтримки фінансово стійкого бізнесу, або які не мають потенціалу для отримання вигоди. Для вирішення таких проблем єдиним підходом можуть бути традиційні неприбуткові або державні програми, які фінансуються за рахунок благодійних організацій або державних коштів;
- добровільний характер взаємодії соціального підприємця з клієнтами передбачає можливість втрати клієнтом інтересу до вирішуваної проблеми або зацікавленість у підтримці інших проблем, адже споживчі уподобання мінливі, на зміну споживчих уподобань впливає медійність, увага до соціальних питань з боку громадськості та засобів масової інформації, й у даному випадку механізм фінансування соціального підприємства може бути ліквідований. Це свідчить про те, що зі зміною споживчих уподобань підприємці повинні вносити корективи до своєї бізнес-моделі та/або моделі соціального захисту;
- соціальне підприємництво у конкурентній боротьбі змагається на відносно рівних умовах з традиційними підприємствами, при цьому організації неприбуткового сектора керуються насамперед логікою дій громади, звичайний бізнес – ринковою логікою дій, а соціальні підприємці прагнуть поєднати ринкову та громадську логіку і, таким чином, можуть опинитися в невідному конкурентному становищі.

### **Література**

1. Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report. URL: <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

**Секція 3. Сучасні детермінанти забезпечення конкурентоспроможності та національної безпеки України**

2. Mair J., Marti I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*. 2006. Vol. 41. URL: [https://www.researchgate.net/publication/222436408\\_Social\\_Entrepreneurship\\_Research\\_A\\_Source\\_of\\_Explanation\\_Prediction\\_and\\_Delight](https://www.researchgate.net/publication/222436408_Social_Entrepreneurship_Research_A_Source_of_Explanation_Prediction_and_Delight)

3. Salun M., Konstantynovskyi L. Corporate Social Responsibility: interpretation in Ukraine and abroad. *Entrepreneurship and Trade*. 2021. Vol. 31. URL: [https://www.researchgate.net/publication/357736199\\_CORPORATE\\_SOCIAL\\_RESPONSIBILITY\\_INTERPRETATION\\_IN\\_UKRAINE\\_AND\\_ABROAD](https://www.researchgate.net/publication/357736199_CORPORATE_SOCIAL_RESPONSIBILITY_INTERPRETATION_IN_UKRAINE_AND_ABROAD)

