

Ilchenko, V. M., & Onyshchenko, U. V. (2022). Social entrepreneurship: a challenge or rescue for modern Ukraine. *The Third Special Humanitarian Issue of Ukrainian Scientists. European Scientific e-Journal*, 20, 7–16. Ostrava. (In Ukr.)

DOI: 10.47451/ecn2022-05-02

The paper will be published in Crossref, ICI Copernicus, J-Gate, International Scientific Indexing (ISI), Academic Resource Index ResearchBib, eLibrary, Ukrainian National Library, and Internet Archive databases.



Viktoriia M. Ilchenko, Candidate of Science in Economics (Ph.D.), Associate Professor, Department of Entrepreneurship and Economics of Enterprises, University of Customs and Finance. Dnipro, Ukraine.

ORCID 0000-0002-5414-1429

Uliana V. Onyshchenko, 3rd year Bachelor Student, Specialty of Entrepreneurship, Trade, and Exchange Activities, Department of Entrepreneurship and Economics of Enterprises, University of Customs and Finance. Dnipro, Ukraine.

Social Entrepreneurship: A Challenge or Rescue for Modern Ukraine

Abstract: Significantly growing interest in social entrepreneurship as a new direction of research and practical activities. Society is increasingly in need of new forms of socially oriented activities, one of which is social entrepreneurship. Social entrepreneurship changes people's lives, improves their living environment, increases welfare, creates conditions for access of socially vulnerable groups to the benefits of the modern world. In modern realities, social entrepreneurship is positioned as an innovative form of business, able to implement innovations, economic and social solutions to social problems, including poverty, support for vulnerable groups, environmental protection, human rights, energy security, conservation and restoration of land resources, uneven distribution of capital etc. Social entrepreneurship does not exclude profitability, but in the first place there is the solution of social problems or the creation of social value to help society. To do this, use effective business models that ensure sustainable development of the enterprise. In many countries, social entrepreneurship is an indicator of the most progressive and "human" business. Crowdfunding is considered to be an effective mechanism for financing social business as an opportunity to involve a significant number of entities in the implementation of a social action project, which is interested in its implementation because it corresponds to their own invested funds. The possibility of implementing social entrepreneurship projects with the participation of the crowdfunding mechanism depends on how mature the society is.

Keywords: social entrepreneurship, social startup, social problems, fundraising, crowdfunding, grants, innovation.

Вікторія Миколаївна Ільченко, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри, Кафедра підприємництва та економіки підприємства, Університет митної справи та фінансів. Дніпро, Україна.

ORCID 0000-0002-5414-1429

Уляна Віталіївна Онищенко, студентка 3 курсу бакалаврату, спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», кафедра підприємництва та економіки підприємства, Університет митної справи та фінансів, Дніпро, Україна.

Соціальне підприємництво: виклик чи порятунок для сучасної України

Анотація: Істотно зростає інтерес до соціального підприємництва як до нового напрямку наукових досліджень, так і до практичного виду діяльності. Суспільство все більше і більше потребує нових форм соціально спрямованої діяльності, однією з яких є соціальне підприємництво. Соціальні підприємництва змінюють життя людей, сприяють поліпшенню середовища їх існування, підвищують добробут, формують умови доступу соціально незахищених верств населення до благ сучасного світу. В сучасних реаліях соціальне підприємництво позиціонується як інноваційна форма бізнесу, спроможна впроваджувати інновації, економічні й соціальні рішення соціальних проблем, серед яких бідність, підтримка незахищених верств суспільства, охорона довкілля, захист прав людини, енергетична безпека, збереження і відновлення земельних ресурсів, нерівномірний розподіл капіталу та ін. Соціальне підприємництво не виключає прибутковості, але на першому місці є вирішення соціальних проблем або створення соціальної цінності для допомоги суспільству. Для цього використовуються ефективні бізнес-моделі, які забезпечують сталий розвиток підприємству. У багатьох країнах соціальні підприємництва є індикатором найбільш прогресивного та «людяного» бізнесу. Ефективним механізмом фінансування соціального бізнесу вважають краудфандинг, як можливість залучити до реалізації проєкту соціальної дії значну кількість суб'єктів, що зацікавлені в його реалізації, бо відповідають власними вкладеними коштами. Від того, наскільки зрілим є суспільство, залежить можливість реалізації проєктів соціального підприємництва за участі механізму краудфандингу.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальний стартап, соціальні проблеми, фандрайзінг, краудфандинг, гранти, інновації.

Вступ

Актуальність теми дослідження. В реаліях сучасного соціально-економічного становища країни існує безліч нагальних соціальних проблем, які потребують вирішення. Соціальні підприємництва змінюють життя людей, сприяють поліпшенню середовища їх існування, підвищують добробут, формують умови доступу соціально незахищених верств населення до благ сучасного світу. У багатьох країнах соціальні підприємництва є індикатором найбільш прогресивного та «людяного» бізнесу.

Нажаль, в Україні соціальне підприємництво відносно молодий вид бізнесу і тому має недостатнє нормативно-правове визначення, а також недостатню наявність актуальної статистичної інформації, що сповільнює розвиток цього сектору стратегічно та якісно. У сучасних реаліях соціальне підприємництво стає одним із важливих та ефективних інструментів вирішення соціальних проблем, як для громадянського суспільства, так і малого та середнього бізнесу в Україні та лідером у різних галузях економіки будь-якої розвиненої країни.

Мета дослідження. Метою даного дослідження є визначення поточного стану соціального бізнесу в умовах повномасштабної військової агресії росії проти України та його ролі в подальшому становленні економіки країни.

Завдання дослідження. Серед основних завдань дослідження — аналіз встановлення порівняння моделей ведення соціального підприємництва.

Методи дослідження. Під час дослідження даної теми були використані порівняльний, аналітичний та статистичний методи.

Короткий огляд джерел інформації. На сьогодні тематика соціального підприємництва переважно висвітлена у вигляді результатів практично-аналітичних досліджень, проведених під егідою різних міжнародних організацій, а також Європейського союзу. Також проблематикою соціального бізнесу займаються такі вітчизняні та зарубіжні вчені як А.В. Бочарнікова (2020), Г.М. Завадських, В.М. Тебенко (2020), К. Смаглій (2014) та S. Zahra (2018), пошукам методів залучення фінансових ресурсів таких як краудфандинг приділено увагу у працях А.А. Дюка (2019), В.А. Красномовець (2016) та Л. Михальчук (2021), дослідженням ефективних механізмів забезпечення створення соціальних інновацій займалися М.В. Руда та О.Б. Лагода (2017).

Результати

Визначення дефініцій соціального підприємництва

Існує багато дефініцій сутності «соціального підприємництва», які висловлювали різні науковці та дослідники цієї екосистеми, деякі з цих визначень наведені в таблиці (Таб. 1).

Соціальні підприємства — це простір, де підприємці можуть не тільки орієнтуватись на максимізацію прибутку від своєї діяльності, а й використовувати прибуток для досягнення ширших соціальних цілей. Ці підприємства можуть одночасно створювати соціальну цінність та бути прибутковими. Вони значно знижують навантаження на бюджет держави у вирішенні суспільних проблем. На відміну від традиційного бізнесу, де успіх своєї роботи підприємці оцінюють прибутком, соціальний підприємець свій успіх оцінює “соціальною віддачею”. Його ідея повинна змінити суспільство в цілому. Соціальні підприємці для своїх проєктів можуть отримати кошти, заключивши контракти з державою, отримуючи гранти і збираючи добродійні внески.

Соціальне підприємство — це організація, місія якої поєднує зростання доходів і отримання прибутку з необхідністю поважати та підтримувати своє середовище та мережу зацікавлених сторін. Це включає слухання, інвестування та активне керування тенденціями, які формують сучасний світ (*The rise of the social enterprise, 2018*).

Практика соціального підприємництва зсуває парадигму класичного бізнесу, визначаючи за кінцеву мету створення вимірюваної соціальної цінності, при цьому не забуваючи про фінансовий прибуток. Соціальний бізнес покликаний розв’язувати проблеми суспільства та громади, яким державний сектор не може дати раду, а приватний — не зацікавлений. Переважно, до проблем, на вирішення яких покликано соціальне підприємництво, відносяться безробіття, забруднення навколишнього середовища, порушення прав людини, дискримінація, соціальна нерівність тощо. Саме тому соціальну підприємницьку діяльність ще називають еволюцією бізнесу, або навіть революцією неприбуткової діяльності.

Стан та передумови розвитку соціального бізнесу в Україні

В 2014 році трапився справжній “бум” українського соціального підприємництва, обумовлений економічною, політичною та соціальною ситуацією. Адже з початком збройного конфлікту на сході країни кількість вразливих груп населення суттєво зросла:

більше мільйона людей стали внутрішньо переміщеними особами, сотні тисяч — учасниками бойових дій чи отримали важкі поранення. Тому гостро постали проблеми соціальної адаптації й працевлаштування, на які оперативніше за державні структури відреагував соціальний бізнес. Відтак, соціальне підприємництво на національному та місцевому рівнях:

- сприяє розвитку економіки і суспільства, пропонуючи можливості для створення робочих місць і нових форм підприємництва та зайнятості;
- допомагає подолати соціальну ізоляцію (оскільки сприяє працевлаштуванню людей з обмеженими можливостями і представників груп ризику, а також тих, хто був безробітним тривалий час);
- сприяє розвитку широкого спектру соціальних послуг, що необхідні суспільству і які не охоплюються звичайним бізнесом (малоприбуткові, непрестижні, що потребують спеціальної професійної підготовки);
- знижує навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем;
- активізує участь в суспільному житті громадян та об'єднує громаду (*Практичний аналіз..., 2019*).

Дослідження територіального розподілу соціальних підприємств, інформація про які наведена в Каталозі соціальних підприємств України за підсумками 2016–2017 рр., свідчить про те, що найбільша їх кількість припадає на Київську (38 СП), Львівську (15 СП), Полтавську (9 СП), Закарпатську (8 СП), Донецьку (8 СП) і Запорізьку області (8 СП). Згідно з даними Каталогів соціальних підприємств немає лише в Рівненській області. Розташування соціальних підприємств у регіонах України показано на рисунку 1 (*Завадських і Тебенко, 2020*).

Отже, найбільша кількість соціальних підприємств зосереджена у північних (43% загалом, з них 20% — у м. Київ) і західних (27%) регіонах країни, 48% українських соціальних підприємств працюють менше 3 років і в 56% офіційно працевлаштовано не більше 5 осіб, що свідчить про ранній етап розвитку ринку соціального підприємництва в Україні.

Значення інновації у соціальному підприємстві

В екосистемі соціального підприємництва існує декілька моделей ведення бізнесу, кожна з яких має свої критерії та відповідає на питання “як саме бізнес розв’язує соціальну проблему?”. Серед них можна виділити чотири основні підходи:

1. Інноваційна модель. Соціальне підприємство створює нові послуги у соціальній, освітній, медичній, екологічній сферах; виготовляє соціально значущі товари, що вирішують соціальні проблеми та приносять прибуток. Це може включати антикорупційні послуги та зелені продукти. Прикладом такої компанії, яка бореться з корупцією, є система електронних державних закупівель. Одним із прикладів у сфері покращення екологічного продукту є *Zelenew Recycling Lab*, яка створює унікальні та корисні дизайнерські об’єкти пластикових відходів.
2. Модель працевлаштування. Соціальне підприємство здійснює соціальну інтеграцію та працевлаштовує понад 50% працівників із вразливих категорій населення (люди з

інвалідністю, внутрішньо переміщені особи, ветерани, матері-одиначки, етнічні меншини тощо) і велику частину прибутку спрямовує на розвиток підприємства та створення нових робочих місць.

3. Модель генерування прибутку. Соціальне підприємство передає щонайменше 20% або весь прибуток щомісяця на розв'язання визначеної соціальної проблеми, тобто на діяльність громадської організації, благодійного фонду, соціального проекту тощо. Прикладом такого бізнесу в Україні є *Urban Space 100*.
4. Змішана модель. Соціальне підприємство працевлаштовує менш ніж 50% працівників із вразливих категорій населення та передає не менш ніж 10% прибутку щомісяця на розв'язання визначеної соціальної проблеми (*Бочарнікова, 2020*).

Слід зауважити, що в світовій практиці склалося розуміння, що соціальне підприємництво являє собою інноваційну діяльність, яка спрямована на розв'язання певного кола соціально значущих проблем, здійснення соціальних перетворень і вже потім отримання прибутку для розподілу (*Zabro ta in., 2018*). Проте, питання пріоритетності цілей в такій діяльності все ще залишається дискусійним. Більшість авторів вважають, що пріоритетними є соціальні мотиви діяльності, такі як розв'язання соціальних проблем, досягнення соціальної справедливості, загального добробуту. Окремі визначення надають однакового значення соціальним та економічним аспектам діяльності соціальних підприємств — виконуючи соціальну місію, вони є фінансово прибутковими (*Смаглій, 2014*).

До успішного прикладу моделі працевлаштування соціально виключених груп населення можна віднести піцерію “Veterano pizza”, яка заснована в Києві у 2015 році і працевлаштовує ветеранів війни. Засновник Veterano Pizza Леонід Остальцев, повернувшись з війни, розпочав власну справу. До роботи запросив знайомих і друзів-ветеранів. Так працює принцип “рівний рівному”. Ветерани розуміють потреби одне одного, довіряють одне одного. А у разі проявів посттравматичного стресового розладу чи депресивних настроїв можуть вчасно підтримати і скерувати до спеціаліста. Ветеранський бізнес стрімко розвивається. Запущено кластер Veterano Group, що допомагає іншим ветеранам запускати свої бізнеси та об'єднує їх. До Veterano Group належать Veterano Pizza, ресторан Veterano Resto, мережа кав'ярень Veterano Coffee, пекарня Veterano Brownie, охоронна фірма Veterano Guard, таксі Veterano Cab та інші (*Бочарнікова, 2020*).

Кафе кримськотатарської кухні «Мусафір» також є зразком даної моделі, в якому головною соціальною складовою є соціальна інтеграція та працевлаштування переселенців. З 2007-го по 2014-й заклад працював як традиційний бізнес у Бахчисараї, що в Криму. Але у 2014 році у зв'язку з анексією півострова та під тиском нової кримської влади кафе зачинилося. Разом зі своїми співробітниками заклад переїхав до Києва. Вимушені переселенці (співробітники) отримали фінансову підтримку від засновників підприємства й можливість і далі працювати в закладі.

На нашу думку, модель працевлаштування є дієвим підходом до ведення соціального бізнесу в умовах сучасних кризових явищ в Україні. Наразі вже існує потреба у працевлаштуванні внутрішньо переміщених осіб. Адже за даними Міжнародної організації з міграції (МОМ) станом на 17 квітня 2022 року 17,5% населення в цілому є

внутрішньо переміщеними особами в Україні, що еквівалентно 7,7 млн осіб. З 1 квітня кількість ВПО в країні збільшилась майже на 568 тис. осіб (8%) і на 1 229 тис. осіб (19%) порівняно з цифрою 16 березня, ця динаміка представлена на рисунку 2 (*Ukraine Internal Displacement Report...*, 2022).

Проте саме інноваційний підхід може стати поштовхом до відновлення економічного становища країни. Так, ефективним механізмом забезпечення створення інновацій є соціально відповідальний стартап, тобто стартап, створений з соціальною метою. Загалом під стартапом розуміють нещодавно створену компанію (можливо, ще не зареєстровану офіційно, але яка планує стати офіційною), в основі якої лежать інновації або інноваційні технології, яка не вийшла на ринок або лише почала на нього виходити, а також яка володіє обмеженими ресурсами (*Руда і Лагода, 2017*).

Основні джерела фінансової підтримки соціальних підприємств

Постає питання звідки можна залучити кошти на започаткування та розвиток соціального стартапу. На даний час, найефективнішими джерелами фінансування для соціальних підприємств можуть стати:

- 1) Благодійні пожертви — разова фінансова підтримка від фізичних або юридичних осіб;
- 2) Краудфандинг — громада добровільно об'єднує свої гроші чи ресурси, як правило, через інтернет-платформи, щоб вирішити значущу соціальну проблему і зібрати необхідну суму для запуску соціального підприємства. Кошти є безповоротною фінансовою допомогою. Прибуток соціального підприємства скеровується на соціальну мету;
- 3) Краудінвестинг — фінансування з кола друзів, родини, знайомих, прихильників ідеї. Засновник отримує гроші в позику для запуску соціального підприємства. Цей стартовий капітал може бути повернений у повному обсязі. Відмінність краудінвестингу від краудфандингу в тому, що інвестори можуть отримувати частку в компанії та ухвалювати управлінські рішення;
- 4) Гранти — гроші або ресурси від міжнародних донорських організацій чи бізнес-компаній для впровадження чітко визначеної діяльності з соціальним впливом, що відповідає цілям та сфері роботи грантодавця. Кошти є безповоротною фінансовою допомогою. Наприклад:
 - грантове фінансування (співфінансування),
 - грантове фінансування від міжнародних організацій,
 - грантове фінансування від бізнес-компаній,
 - грантове фінансування від соціальних підприємств (*Бочарнікова, 2020*).

Серед механізмів фінансового забезпечення краудфандинг вважається найбільш ефективним. Проте, слабкий розвиток українського фондового ринку не дозволяє повноцінно використовувати його можливості та інструменти. Практично краудфандинг дає можливість залучити до реалізації проекту соціальної дії значну кількість суб'єктів, які зацікавлені в його реалізації, бо відповідають власними вкладеними коштами.

Саме поняття краудфандингу (англ. Crowdfunding) — це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило через Інтернет,

щоб підтримати зусилля інших людей або організацій, таким чином, люди підтримують проекти, які їх зацікавили. Метою краудфандингу є пошук інвесторів для реалізації певної бізнес ідеї, здатної принести вигоду всім учасникам бізнесу. Частіше за все краудфандинг здійснюється через краудфандингові платформи. Вони передбачають, що спонсори для подальшої винагороди отримують право на надання послуг, отримання нових технологій або право користуватися кінцевим продуктом (*Михальчук і Бендюг, 2021*).

Таке фінансування є безповоротною інвестицією в діяльності соціального підприємства. Краудфандингові проекти в соціальному підприємстві — це спосіб залучення широкого кола членів суспільства до практики розв'язання соціальних проблем, особливо в умовах недостатності фінансових можливостей держави. На базі краудфандингу підприємці можуть реалізувати соціальні проекти у надзвичайно широкому спектрі дії і охоплення, а, наприклад, соціальне підприємництво, соціальні стартапи отримують унікальні можливості залучення представників суспільної аудиторії на засадах безпосередньої фінансової участі, відповідальності тощо (*Дюк, 2019*).

Варто зазначити, що науковці ще не мають однозначної думки щодо краудфандингу. Прихильники краудфандингу стверджують, що він допомагає хорошим ідеям, які не відповідають формам традиційного сприйняття фінансистів, пробитися і отримати гроші завдяки мудрості натовпу. Якщо проект «втягнувся», тобто стартував збір коштів, то це для підприємця означає ще більше шансів на успіх, адже його потенційні майбутні клієнти долучаються до творення бізнесу і на додаток до цього ще і рекламують цей проект з уст в уста. Недоліком є лише те, що ідея мусить бути повністю розкритою на сайті, аби отримати підтримку людей, тому вона є вразливою і може бути вкраденою чи перехопленою конкурентами (*Красномовець, 2016*).

Але саме благодійні пожертви та краудфандинг є на часі актуальними. Український ринок краудфандингу наразі знаходиться на початковому етапі становлення, тому особливості його розвитку мають деякі відмінності від світових. Для України краудфінансування явище нове, недостатньо розвинене як за кількістю платформ, так і за масштабами реалізованих проектів. Проте, це найпростіший спосіб залучити кошти в той час, коли українці хочуть і можуть робити грошові внески не тільки на армію та волонтерство (до благодійних фондів), а й у бізнес, а саме у соціальні підприємства, які надалі стануть рушійною силою у відбудові економіки України.

Висновки

Таким чином, соціальний підприємствізм — це унікальний вид бізнесу для України, мета якого одразу поєднує вирішення актуальних соціальних проблем та отримання прибутку.

Наразі, збільшення значення цієї відносно нової для України сфери бізнесу пов'язане з відповіддю суспільства на соціальні, економічні та політичні виклики, що зросли внаслідок повномасштабної військової агресії росії проти України.

Інноваційна підхід до ведення соціального бізнесу може бути втілений як соціальні стартапи, які за допомогою інновацій можуть допомогти побороти дестабілізацію соціально-економічної ситуації в країні та залучити додаткові іноземні інвестиції.

Україна готова до виклику, саме соціальне підприємництво може стати порятунком на шляху відновлення економічного, соціального та політичного становища нашої держави. Соціальний бізнес дасть змогу вирішити такі проблеми як працевлаштування переселенців, ветеранів, надати фінансову підтримку цим соціальним групам, а також бізнесу, що постраждав під час війни.

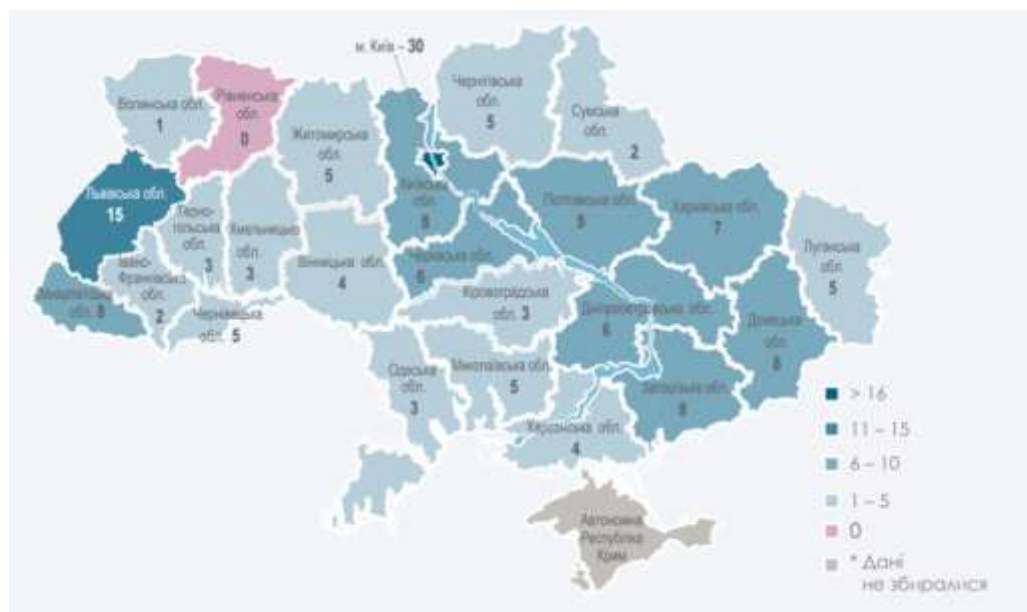
Список джерел інформації:

- Бочарнікова, А. В. (2020). *SimpleSe. Про соціальне підприємництво — просто!: [посібник підприємця]*. Київ: СТ-Друк.
- Дюк, А. А. (2019). Краудфандинг як механізм розвитку соціального підприємництва. *Modern Economics*, 18(2019), 43–48. [https://doi.org/10.31521/modecon.V18\(2019\)-07](https://doi.org/10.31521/modecon.V18(2019)-07)
- Завадських, Г. М., Тебенко, В. М. (2020). Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. *Бізнес Інформ*, 11, 177–185.
- Зелена книга соціального підприємництва в Україні (2019). Український Форум Благодійників. Київ.
- Каталог соціальних підприємств України 2016–2017 рр. (2017). Видавн. дім «Києво-Могилянська академія». https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/kataloh-sotsial-nykh-pidpriemstv-ukrainy-2016-2017-rr/
- Красномовець, В. А. (2016). Сучасний стан та перспективи розвитку краудфандингу в Україні. *Збірник наукових праць “Сучасні підходи до управління підприємством”*, 1, 244–257.
- Михальчук, Л., Бендюг, Є. (2021). Методи залучення фінансових ресурсів для розвитку соціального підприємництва. *Економіка та суспільство*, 32.
- Мохаммад, Ю. (2020, 8 січня). Соціальний бізнес. www.muhammadyunus.org/post/2113/social-business
- Практичний аналіз розвитку соціального підприємництва (2019). Координатор проєктів ОБСЄ в Україні. <https://www.osce.org/files/f/documents/a/9/426392.pdf>
- Руда, М. В., Лагода, О. Б. (2017). Соціально відповідальні стартапи: сутність, світові тенденції та проблеми розвитку в Україні. *Електронне наукове фахове видання “Економіка і суспільство”*, 9, 619–626.
- Смаглій, К. (2014). *Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія*. Київ: Видавничий дім “Києво-Могилянська Академія”.
- Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight (2006). *Journal of World Business*, 41, 36–44.
- The rise of the social enterprise (2018). Deloitte Global Human Capital Trends. https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/HCTrends2018/2018-HCTrends_Rise-of-the-social-enterprise.pdf
- Ukraine Internal Displacement Report “General population survey” (2022). Round 3. April 17, 2022. https://ukraine.iom.int/sites/g/files/tmzbd11861/files/documents/iom_ukraine-displacement-report_round3_eng.pdf
- Zahra, S., Rawhouser, H., Bhawe, N., Neubaum D., & Hayton J. (2018). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 113–117.
-

Додатки

Таблиця 1. Визначення соціального підприємництва

Автор	Визначення
Мохаммад Юнус, міжнародний експерт, професор [8]	Це – бізнес із соціальною метою. Створений для покращення життя інших людей. Мету бізнесу не зведено до отримання фінансової вигоди засновником, вона полягає у створенні соціальної цінності для громади чи суспільства загалом і подолання суспільно значущої проблеми
Аліна Бочарнікова, тренерка з соціального підприємництва [1]	Це розв'язання чи пом'якшення соціальних проблем за допомогою бізнес-інструментів в інноваційний спосіб
Зелена книга соціального підприємництва в Україні [4]	Бізнес із соціальними цілями, доходи якого реінвестуються в реалізацію місії або на благо спільноти, а не розподіляються між акціонерами і власниками
Дослідники Дж. Меїр (Maig J.) та І.Марті (Marty I.) [12]	Інноваційна модель надання продуктів і послуг, спрямованих на задоволення базових потреб (прав), що перебувають поза увагою політичних та економічних інституцій
Влад Малащенко, засновник інклюзивної пекарні Good Bread from Good People [1]	Це можливість створювати інклюзивні робочі місця для соціально ізольованих груп людей, виготовляти потрібні населенню товари й послуги, бути корисним для оточення і щодня робити важливе

Рисунок 1. Розташування соціальних підприємств у регіонах України станом на 2017 рік (*Каталог соціальних підприємств України..., 2017*)

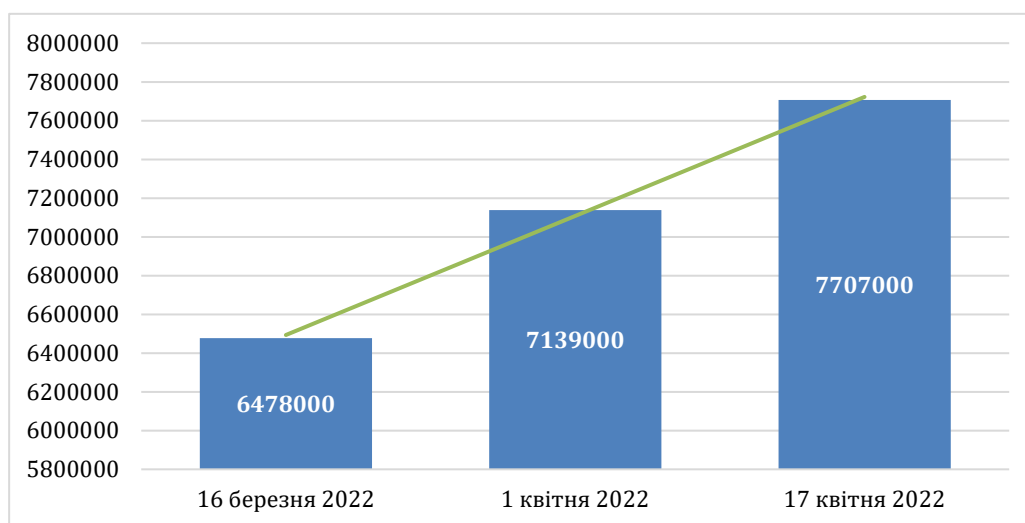


Рисунок 2. Кількість внутрішньо переміщених осіб станом на 17 квітня 2022 року.
Складено авторами на основі (*Ukraine Internal Displacement Report...*, 2022)