

УДК 330.342.146:334.722]:364-057.36
DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2023-49-1>

Вербицька А. В.

*кандидат наук з державного управління, доцент,
завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики
Національного університету «Чернігівська політехніка»*

Verbytska Anna

*Ph.D. in Public Administration, Associate Professor,
Head of the Department of Marketing, PR-technologies and Logistics
Chernihiv Polytechnic National University*

РОЛЬ БІЗНЕСУ ЯК КАТАЛІЗАТОРА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ПРОЦЕСІ РЕІНТЕГРАЦІЇ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ, ВЕТЕРАНІВ ТА ЧЛЕНІВ ЇХ СІМЕЙ

Анотація. В умовах повномасштабного вторгнення російських військ в Україну соціальне підприємництво як шлях подальшої професійної самореалізації військовослужбовців, ветеранів та членів їх сімей набуває особливої актуальності як інструмент їх реінтеграції. У статті розкрито роль бізнесу як стейкхолдера, що прискорює розвиток соціального підприємництва задля реінтеграції військовослужбовців, ветеранів та членів їх сімей. Проведене дослідження обґрунтовує модель співпраці бізнесу та соціального підприємництва як інструменту реінтеграції військовослужбовців, ветеранів та членів їх сімей. У запропонованій моделі співпраця класичних та соціальних підприємств розглядається як частина екосистеми, спрямованої на створення цінності, у результаті якої створюються соціальні інновації та досягається соціальний вплив.

Ключові слова: соціальне підприємництво, бізнес, стейкхолдери, реінтеграція, співпраця, соціальна відповідальність.

Вступ та постановка проблеми. Зміни, що відбулися в українському суспільстві через повномасштабне вторгнення російських військ після 24 лютого 2022 року, спонукають до визначення пріоритетним завданням, яке існує в сьогоденні суспільстві – розбудову підтримки та допомоги тим, хто захищає Україну. Державні та недержавні інституції мають працювати над розробленням стратегій роботи з ветеранами та створення реінтеграційного середовища, яке сприятиме їх ефективному поверненню до цивільного життя [1].

Процес реінтеграції військовослужбовців, ветеранів та членів їх сімей є особливим викликом в умовах повномасштабної війни в Україні, як на національному рівні, так і на рівні громад: соціальна незахищеність зростає, а економіка залишається вразливою. У контексті завдань реінтеграції військовослужбовців, ветеранів та членів їх сімей посилюється актуальність розвитку соціального підприємництва.

Економічна реінтеграція колишніх військовослужбовців та ветеранів визначена фактором зменшення ризиків в постконфліктних суспільствах. Успішна економічна реінтеграція вимагає координації дій між соціальними установами, владними інституціями та комерційними організаціями. Досвід країн в умовах війни, переконує, що системна синхронізована координація зусиль органів державної влади, розвиток підприємництва та діяльність громадських організацій, можуть допомогти розірвати коло соціальних проблем шляхом створення можливостей для працевлаштування ветеранів, розбудови ветеранського бізнесу та відновлення громад [2].

Власний бізнес для ветеранів є важливим інструментом їх соціально-економічної реінтеграції [3]. У контексті завдань реінтеграції військовослужбовців та ветеранів зростає актуальність розвитку соціального підприємництва в Україні, оскільки повномасштабна війна супроводжується численними соціальними та економічними проблемами. У таких умовах соціальне підприємництво може створити сприятливу екосистему, яка допоможе в процесі реінтеграції [4].

Із зростанням соціальних проблем в Україні виникають нові виклики для підприємств, які працюють за традиційними бізнес-моделями, спрямованими на максимізацію доходів. У кризові періоди у світі загалом є тенденція до зростання кількості ринкових суб'єктів, які впроваджують у своїй діяльності соціальну відповідальність. Сьогодні мешканці громад, внутрішньо переміщені особи, ветерани та родини військових готові ініціювати бізнес-проекти з соціальним впливом, спрямовані на вирішення проблем у громаді. Ефективною моделлю такої взаємодії є започаткування соціальних підприємств.

Одним із способів ефективного розвитку діяльності соціальних підприємств є налагодження партнерських відносин із традиційним бізнесом. У сучасних умовах ринкові суб'єкти все частіше використовують соціально відповідальні підходи у веденні бізнесу, приділяючи особливу увагу корпоративній соціальній відповідальності та інтеграції Цілей сталого розвитку у бізнес-процеси. У пошуку партнерів великі компанії надаватимуть перевагу надійним соціальним підприємствам, щоб одночасно покращити імідж та впізнаваність свого бренду. Відтак, співпраця між традиційним бізнесом та соціальним підприємством буде взаємовигідною.

Мета статті. Завданням статті є визначення ролі бізнесу як стейкхолдера, що прискорює розвиток соціального підприємництва задля реінтеграції військовослужбовців, ветеранів та членів їх сімей. Дослідження спрямовано на обґрунтування моделі співпраці бізнесу та соціального підприємництва як реінтеграційного інструменту.

Результати дослідження. Співпраця стейкхолдерів може відбуватися у різних секторах держави через двосторонні або багатосторонні угоди. Поняттям «міжгалузеве соціальне партнерство» позначають об'єднання або спільне використання інформації, ресурсів, діяльності та можливостей між організаціями, групами або окремими особами у двох або більше секторах для спільного досягнення цілей. Зазвичай міжгалузевими соціальними партнерствами позначають співпрацю між органами державної влади та

місцевого самоврядування, бізнес-структурами, громадськими організаціями [5, с. 44]. У звіті «Social Business Initiative (SBI) follow up: Co-operation between social economy enterprises and traditional enterprises» поняття міжгалузевих соціального партнерства є широким, що включає підприємства та інших суб'єктів соціальної економіки, наприклад, соціальних підприємств [6].

Співпраця з бізнесом впливає на соціальних підприємців як виробників і співвиробників цінностей (соціальних, економічних та екологічних) та їх становлення як агентів соціальних змін. У науковій літературі співпраця між традиційним бізнесом та соціальним підприємництвом, орієнтована на соціальні цілі, позначається поняттями «соціальні альянси» або «соціальні партнерства». Терміни «соціальне партнерство», «міжгалузеві соціальні альянси» та «міжгалузеві соціальні партнерства» є частиною наукового напрямку, зосередженого на вивченні відносин між державним, приватним та некомерційним секторами [7]. Соціальні альянси розглядаються як добровільне співробітництво між бізнесом і соціальними підприємствами, спрямоване на вирішення соціальних проблем [8].

У працях закордонних науковців співпраця між соціальними та традиційними підприємствами позначається поняттям «міжгалузеві соціальні партнерства», що демонструє поєднання задоволення людських потреб та досягнення економічних цілей. У європейському контексті міжгалузеві соціальні партнерства є важливим джерелом інновацій та формування політик [9]. Спільні партнерства

бізнесу та соціальних підприємств є сприятливими для розвитку процесів партисипації та розширення можливостей громадян задля соціальних інновацій із впливом на регіональну та місцеву політику [10].

З 2011 року Європейська комісія змінила вектор корпоративної соціальної відповідальності, зробивши основним її елементом створення спільної цінності. Європейська комісія запровадила концепцію «Creating Shared Value (CSV)» із ширшим охопленням кола потенційних стейкхолдерів щодо розширення можливостей співпраці задля інклюзивного та сталого розвитку [11].

На рис. 1 представлено модель співпраці традиційного бізнесу та соціального підприємництва. У моделі співпраця традиційних комерційних підприємств, соціальних підприємств, органів державної влади та місцевого самоврядування, громадських організацій та ініціативних груп розглядається як частина екосистеми, спрямованої на співтворення цінності, у результаті якої створюються соціальні інновації та досягається соціальний вплив.

Згідно із запропонованою моделлю, співпраця традиційного бізнесу та соціального підприємництва включає три послідовні етапи у плануванні процесу взаємодії.

Етап I. Визначення передумов, драйверів та механізмів співпраці. На першому етапі у плануванні співпраці між стейкхолдерами варто дати відповіді на питання: «З ким співпрацювати та які цілі співпраці?», «Які мотиви співпраці для обох сторін?», «Якими є драйвери співпраці?». Основна увага на цьому етапі має приділятися

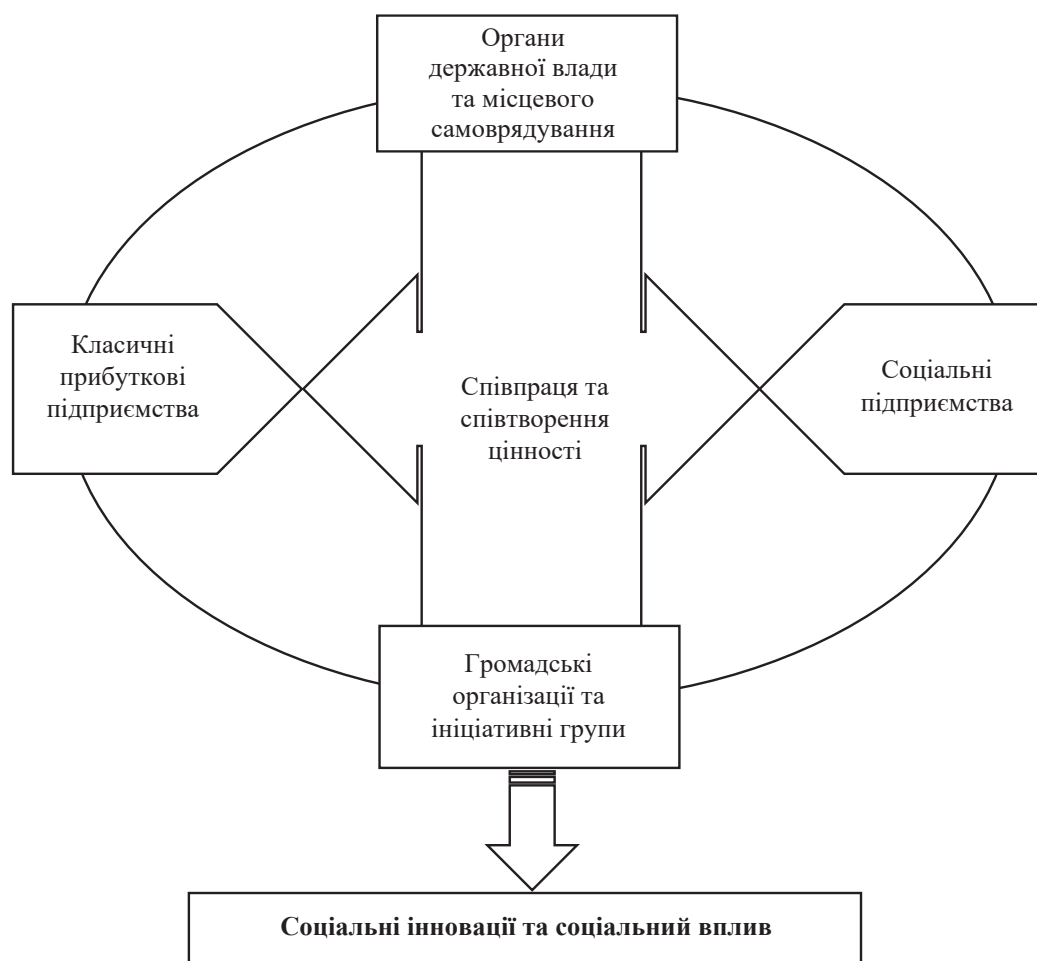


Рис. 1. Модель співпраці бізнесу та соціального підприємництва

Джерело: розроблено автором на підставі [10]

вивченню драйверів і мотивів взаємодії та визначенню основних напрямів співпраці.

Етап II. Налагодження процесу співпраці. На цьому етапі варто знайти відповіді на такі питання: «Які фактори сприяють співпраці та якими є бар'єри до розвитку співпраці?», «Які заходи запровадити для усунення перешкод у співпраці?», «Якою є структура (двостороння, мережева тощо) та формат співпраці?».

Етап III. Визначення результатів співпраці. Питаннями цього етапу є такі: «Як виміряти результати співпраці?», «Якими є показники успіху співпраці?», «Хто є бенефіціарами результатів співпраці?», «Як виміряти соціальний вплив та ефект від впровадження соціальних інновацій?». Метою третього етапу є аналіз створеної цінності та оцінка отриманих результатів для кожного партнера та екосистеми в цілому.

Підтримка розвитку соціального підприємництва в Україні для військовослужбовців, ветеранів та членів їх сімей як інструменту їх реінтеграції залежить від налагодженої міжгалузевої співпраці ключових партнерів: органів державної влади та органів місцевого самоврядування, підприємств, закладів освіти, громадських організацій [12].

Згідно з дослідженням «Повертаємось з війни» 2023 р., присвяченому проблемам молодих ветеранів і колишніх учасників бойових дій в Україні, проведеному в рамках програми «Третя фаза Програми EU4Youth: молодіжна зайнятість та підприємництво», українські ветерани зіштовхуються зі значними викликами у процесі реінтеграції в цивільне життя. Одним із способів адаптації до цивільного життя є відкриття ветеранами власної справи. За результатами анкетування ветеранів, більшість респондентів (73,2%) не мають наміру відкривати свій бізнес. Разом із тим кожен сьомий (14,4%) зазначив, що має бажання розпочати власну справу. Загалом, на думку переважної більшості ветеранів, які взяли участь в опитуванні (88,9%), найбільшою перешкодою для організації власної справи на сьогодні є війна. Кожен п'ятий респондент зазначав як перепону такі причини, що скоріше характеризують самих підприємців, а саме: відсутність

необхідних знань (20,6%), досвіду (19,9%), невпевненість у власних можливостях (18%). У контексті дослідження важливо проаналізувати також результати анкетування надавачів послуг з посередництва у працевлаштуванні. Так, третина опитаних надавачів послуг з посередництва у працевлаштуванні не займаються питаннями щодо відкриття власної справи (32,7%). Майже кожен п'ятий з респондентів вказав, що їх організація надає консультації щодо соціального підприємництва (19,8%) [13].

Згідно з результатами онлайн-опитування Українського ветеранського фонду, переважна більшість опитаних ветеранів (63,6%) хотіли б зайнятися підприємництвом; 6,2% – вже мають власну справу. У майбутньому, згідно з відповідями респондентів, вони потребуватимуть допомоги за такими напрямками як: зміцнення здоров'я (58%), житло (48,8%), працевлаштування (34,1%), освіта (нові знання) (30,2%), інвестиції у власний бізнес (26,3%), допомога родині (23,3%) та реінтеграція (11,3%) [14].

Висновки. Розвиток партнерств між соціальними підприємствами та бізнесом можна розглядати як складову забезпечення сталості та соціальної відповідальності бізнесу. Соціальні підприємці можуть надихнути бізнеси до впровадження соціальних інновацій, розбудови програм соціальної відповідальності, включаючи залучення та підтримку вразливих верств населення. Соціальні підприємці також можуть бути партнерами бізнесів для формування позитивного впливу на місцеву громаду через співпрацю, спрямовану на вирішення економічних, соціальних, екологічних проблем або інших проблем.

Соціальні підприємці у свою чергу зацікавлені у підтримці з питань мережування, набуття підприємницьких навичок, знань з управління бізнесом. Експерти бізнесу та досвідчені підприємці можуть підтримувати соціальних підприємців у ролі менторів на засадах взаємного обміну компетенціями: представники бізнесу зможуть отримати ширше розуміння соціальних проблем і того, як створити та виміряти соціальний вплив, знання про соціальне підприємництво, які зможуть використати для інтеграції соціального впливу в бізнес-процеси.

Список використаних джерел:

1. Захаріна Т. Соціально-інституційні характеристики реінтеграції ветеранів гібридної війни. *Social Work and Education*. 2023. Вип. 10. № 1. С. 17–26. DOI: <https://doi.org/10.25128/2520-6230.23.1.2>
2. Fajardo A.B., Shultz C., Joya J.C.M. Entrepreneurship as Boundary Object: Toward Reintegration of Colombia's Ex-Militants into Civil Society. *Journal of Macromarketing*. 2019. Vol. 39(4). P. 368–384. DOI: <https://doi.org/10.1177/0276146719884606>
3. Verbytska A. Socio-economic mechanism of reintegration of ATO / OOS veterans in the sphere of social protection. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. No. 2 (26). P. 48–57. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-2\(26\)-48-56](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-2(26)-48-56)
4. Петрик О.Л. Соціальне підприємництво як інструмент державної підтримки реінтеграції військовослужбовців та ветеранів АТО/ООС: нормативно-правовий аспект. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія : право, публічне управління та адміністрування*. 2022. № 6. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5746-2022-6-02-02>
5. Bryson J.M., Crosby B.C., Stone M.M. The Design and Implementation of Cross-Sector Collaborations: Propositions from the Literature. *Public Administration Review*. 2006. Vol. 66. P. 44–55.
6. Impact of the European Commission's Social Business Initiative. Report. 2020. URL: <https://ec.europa.eu>
7. Austin J.E., Seitanidi M.M. Creating value in nonprofit-business collaborations: New thinking and practice. San Francisco: John Wiley and Sons, 2014. 320 p.
8. Sakarya S., Bodur M., Yildirim-Öktem Ö., Selekler-Göksen N. Social alliances: Business and social enterprise collaboration for social transformation. *Journal of Business Research*, 2012. Vol. 65(12). P. 1710–1720.
9. Nelson J., Zadek S. Partnership alchemy: New social partnerships in Europe. Copenhagen: The Copenhagen Centre, 2000.
10. Edwards-Schachter M.E., Matti C.E., Alcántara E. Fostering quality of life through social innovation: A living lab methodology study case. *Journal of Policy Research*. 2012. Vol. 29(6). P. 672–692.
11. Moczadlo R. Creating competitive advantages—the european csr-strategy compared with porter's and kramer's shared value approach. *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*. 2015. Vol. 28(1). P. 243–256.
12. Петрик О.Л. Механізми залучення держави до процесу розвитку соціального підприємництва як детермінанти реінтеграції військовослужбовців, ветеранів ато/оос та членів їх сімей. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2023. Вип. 3. С. 37–40.
13. Тілікіна Н., Яцура О. Аналітичний звіт за результатами кабінетного дослідження у рамках операційного дослідження «Повертаємось з війни!». 2023. 243 с.
14. Кірілова Ю., Зновяк В., Казанська А. Потреби ветеранів у 2023 : онлайн звіт. 2023. URL: <https://veteranfund.com.ua>

References:

1. Zakharina T. (2023) Socio-institutional reintegration characteristics of hybrid war veterans. *Social Work and Education*, vol. 10, no. 1, pp. 17–26. DOI: <https://doi.org/10.25128/2520-6230.23.1.2>
2. Fajardo A. B., Shultz, C., Joya J. C. M. (2019) Entrepreneurship as Boundary Object: Toward Reintegration of Colombia's Ex-Militants into Civil Society. *Journal of Macromarketing*, vol. 39(4), pp. 368–384. DOI: <https://doi.org/10.1177/0276146719884606>
3. Verbytska A. (2021) Socio-economic mechanism of reintegration of ATO / OOS veterans in the sphere of social protection. *Problems and perspectives of economics and management*, no 2 (26), pp. 48–57. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-2\(26\)-48-56](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-2(26)-48-56)
4. Petryk O. (2022) Social entrepreneurship as a tool of state support for the reintegration of servicemen and veterans of the ATO/OOS: regulatory and legal aspect. *Problems of modern transformations. Series: law, public management and administration*, no. 6. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5746-2022-6-02-02>
5. Bryson J. M., Crosby B. C., Stone M. M. (2006) The Design and Implementation of Cross-Sector Collaborations: Propositions from the Literature. *Public Administration Review*, vol. 66, pp. 44–55.
6. Impact of the European Commission's Social Business Initiative (2020) Report. European Commission. Available at: <https://ec.europa.eu>
7. Austin J. E. & Seitanidi M. M. (2014) Creating value in nonprofit-business collaborations: New thinking and practice. San Francisco: John Wiley and Sons, 320 pp.
8. Sakarya S., Bodur M., Yildirim-Öktem Ö. & Selekler-Göksen N. (2012) Social alliances: Business and social enterprise collaboration for social transformation. *Journal of Business Research*, vol. 65(12), pp. 1710–1720.
9. Nelson, J. and Zadek S. (2000) Partnership Alchemy: New Social Partnerships in Europe, TCC, Copenhagen.
10. Edwards-Schachter M. E., Matti C. E., Alcántara E. (2012) Fostering quality of life through social innovation: A living lab methodology study case. *Review of Policy Research*, vol. 29(6), pp. 672–692.
11. Moczadlo R. (2015) Creating competitive advantages—the european csr-strategy compared with porter's and kramer's shared value approach. *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, vol. 28(1), pp. 243–256.
12. Petryk O. (2023) Mechanisms of state involvement in the process of social entrepreneurship development as determinants of reintegration of military personnel, veterans of the ATO/OOS and their family members. *Dnipro scientific journal of public administration, psychology, law*, vol 3. DOI: <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2023.3.5>
13. Tilikina N., Yatsura O. (2023) Analytical report based on the results of a desk study as part of the operational study “Back from the war!”. 243 p.
14. Kirillova Yu., Znoviak V., Kazanska A. (2023) Needs of veterans in 2023: online report. Available at: <https://veteranfund.com.ua>

**THE ROLE OF BUSINESS AS A CATALYST FOR THE DEVELOPMENT
OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE REINTEGRATION PROCESS
OF MILITARY SERVICEMEN, VETERANS AND THEIR FAMILY MEMBERS**

Summary. The process of reintegration of servicemen, veterans and their family members is a special challenge in the conditions of a full-scale war in Ukraine. In the context of tasks of reintegration of military personnel, veterans and members of their families, the relevance of the development of social entrepreneurship is increasing. With the growth of social problems in Ukraine, new challenges arise for enterprises that work according to traditional business models aimed at maximizing revenues. In times of crisis there is a tendency to increase the number of market entities that implement social responsibility in their activities. Today, community residents, internally displaced persons, veterans and military families are ready to initiate business projects with social impact aimed at solving community problems. An effective model of such interaction is the establishment of social enterprises. The article defines the role of business as a stakeholder that accelerates the development of social entrepreneurship for the reintegration of military personnel, veterans and their family members. The model of cooperation between business and social entrepreneurship as a reintegration tool is substantiated. One of the ways of effective development of social enterprises is establishing partnerships with traditional businesses. In modern conditions, market entities increasingly use socially responsible approaches in conducting business, paying special attention to corporate social responsibility and integration of the Sustainable Development Goals into business processes. In the search for partners, large companies will prefer reliable social enterprises to simultaneously improve their image and brand awareness. Therefore, cooperation between traditional business and social entrepreneurship could be seen as mutually beneficial partnership.

Key words: social entrepreneurship, business, stakeholders, reintegration, cooperation, social responsibility.