

УДК 338.4.658:330.1

DOI [https://doi.org/10.15589/znп2024.2\(495\).15](https://doi.org/10.15589/znп2024.2(495).15)

**SOCIO-ECONOMIC PHENOMENON – “UKRAINIAN INVINCIBILITY”:
REALITIES AND PROSPECTS FOR BUSINESS IN INNOVATIVE
AND STRATEGIC ASPECTS IN ACTIVITY**

**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФЕНОМЕН – «УКРАЇНСЬКА НЕЗЛАМНІСТЬ»:
РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ БІЗНЕСУ У ІННОВАЦІЙНОМУ
ТА СТРАТЕГІЧНОМУ АСПЕКТАХ ДІЯЛЬНОСТІ**

Kateryna V. Trukhahova¹

jezikatina@gmail.com

ORCID: 0000-0001-7223-8067

Viktoriia V. Tomashevskaa²

viktoriatomasevskaa@gmail.com

ORCID: 0009-0002-6431-0502

К. В. Трухачова¹,

канд. екон. наук, доцент

В. В. Томашевська²,

студентка

¹*Kherson State Agrarian and Economic University, Kherson*²*Kherson National Technical University, Kherson*¹*Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Херсон*²*Херсонський національний технічний університет, м. Херсон*

Abstract. One of the main strategic indicators to the internal and external sustainability of the state is the socio-economic development in its society, which is achieved as a result of the interaction fore the government, business and community, as a tool for expressing the will of the people. The article presents a theoretical study of the socio-economic phenomenon – «Ukrainian indomitability» in the context of adapting business to functioning during the war, its socio-economic realities and prospects in innovative and strategic aspects of activity.

Method. The research used the following scientific research methods: theoretical generalization, system analysis, abstract-logical analysis, morphological analysis, systematization and epistemological analysis. The object of the study is the processes in formation to the socio-economic phenomenon – «Ukrainian indomitability» in the context of adaptation in business to functioning during the war, its socio-economic realities and prospects in innovative and strategic aspects in activity. The subject of the study is the theoretical and applied aspects in the formation to the socio-economic phenomenon – «Ukrainian indomitability» in the context of adaptation in business to functioning during the war, its socio-economic realities and prospects in innovative and strategic aspects in activity.

The results. The interpretation of the essence to the categories «national character» is analyzed. The meaning of the concept to «social and economic development» and its signs are clarified. The scientific work explores the peculiarities of the identity in the Ukrainian nation and the phenomenon of socio-economic indomitability, which was reflected in the formation of volunteer entrepreneurship. Considered how Ukrainian business adapted to functioning during the war, its prospects in innovative and strategic aspects in activity.

Scientific novelty. Deepening the theoretical foundations of the identification definition for Ukrainian indomitable entrepreneurship as «volunteer entrepreneurship» – an innovative activity formed against the background of strengthening the processes in Ukrainian identity, which is aimed at ensuring socio-economic needs and solving social problems and obtaining financial benefits in the form of profit.

Practical significance. The substantiation of the theoretical provisions presented in the work, bringing it to the level of practical recommendations that can be used for further research of the socio-economic phenomenon – «Ukrainian indomitability» in the context of adapting business to functioning during the war, its socio-economic realities and prospects in innovative and strategic aspects in activity.

Key words: development and innovation; relocation of the enterprise; socio-economic phenomenon; Ukrainian indomitability; socio-economic development; Great Ukrainian War; volunteer entrepreneurship.

Анотація. Одним із головних стратегічних показників внутрішньої і зовнішньої сталості держави – є соціально-економічний розвиток її суспільства, що досягається в результаті взаємодії влади, бізнесу і громади, як інструменту волевиявлення людей. У статті представлено теоретичне дослідження соціально-економічного

феномену – «Українська незламність» у контексті пристосування бізнесу до функціонування під час війни, його соціально-економічні реалії та перспективи у інноваційному та стратегічному аспектах діяльності.

Методика. У дослідженні використано такі наукові методи дослідження: теоретичного узагальнення, системного аналізу, абстрактно-логічний аналіз, морфологічний аналіз, систематизація і ґносеологічний аналіз. Об'єктом дослідження є процеси формування соціально-економічного феномену – «Українська незламність» у контексті пристосування бізнесу до функціонування під час війни, його соціально-економічні реалії та перспективи у інноваційному та стратегічному аспектах діяльності. Предметом дослідження є теоретичні та прикладні аспекти формування соціально-економічного феномену – «Українська незламність» у контексті пристосування бізнесу до функціонування під час війни, його соціально-економічні реалії та перспективи у інноваційному та стратегічному аспектах діяльності.

Результати. Проаналізовано трактування сутності категорій «національний характер». З'ясовано зміст поняття «соціально-економічний розвиток» та його ознаки. У науковій роботі досліджуються особливості ідентичності української нації та феномен соціально-економічної незламності, що відбився на становленні волонтерського підприємництва. Розглянуто як український бізнес пристосовувався до функціонування під час війни, його перспективи у інноваційному та стратегічному аспектах діяльності.

Наукова новизна. Поглиблення теоретичних засад ідентифікаційного визначення українського незламного підприємництва як «волонтерського підприємства» – інноваційна діяльність, сформована на тлі посилення процесів української ідентичності, яка спрямована на забезпечення соціально-економічних потреб і вирішенні суспільних проблем та отримання фінансової вигоди у вигляді прибутку.

Практична значимість. Обґрунтування теоретичних положень, викладених в роботі, доведення до рівня практичних рекомендацій які можуть бути використані для подальшого дослідження соціально-економічного феномену – «Українська незламність» у контексті пристосування бізнесу до функціонування під час війни, його соціально-економічні реалії та перспективи у інноваційному та стратегічному аспектах діяльності

Ключові слова: розвиток та інновації; релокація підприємства; соціально-економічний феномен; українська незламність; соціально-економічний розвиток; Велика Українська війна; волонтерське підприємництво.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Для Української держави одним із головних стратегічних показників внутрішньої і зовнішньої сталості є соціально-економічний розвиток її суспільства. Він досягається в результаті гармонізації та системної взаємодії трьох головних складових: влади, бізнесу і громади, як інструменту волевиявлення людей.

Протягом власної життєдіяльності людина свідомо ідентифікує себе відносно певних суспільних утворень: сім'ї, етносу, релігії, мови, держави, країни, партії, громади, нації, місця проживання тощо. Така ідентичність може набувати найрізноманітніших форм.

Українська ідентичність не тотожна ані національній – тому, що не обмежена кордонами держави (представники численної української діаспори), ані етнічній, в своєму класичному прояві, оскільки українці дотичні громадянській ідентичності як феномену політичної нації, а їх етнос титульний і дає назву країні та її символам. Крім того, Україна має свою неповторну природну та соціокультурну ідентичність, на підставі якої формується і внутрішній, і міжнародний імідж та бренд [1].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Особливостям національного характеру українців та феномену незламності української нації присвячена велика кількість праць науковців, зокрема: Т. Букіної, П. Гнатенка, М. Гримича, І. Дейнеги, Н. Дічека, О. Доманської, Ю. Ковтуна, О. Кульчицького,

А. Литвиненко, В. Мірошніченка, Д. Мейса, А. Пономарьова, Т. Потапчука, М. Степико, А. Стьопіна, І. А. Хижняка. З'ясуванню сутності поняття «соціально-економічний розвиток» підприємств дотичні такі дослідники, як: О. Амоша, І. Ансофф, Я. Берсуцький, І. Булеєв, В. Василенко, В. Геєць, Н. Горішна, П. Друкер, Л. Даниліна, Т. Кукліна, Ю. Макогон, Н. Миколайчук, В. Назарук, М. Портер, І. Тюха й інші. Однак потребує поглибленого вивчення питання пов'язане з пристосуванням українського бізнесового простору до функціонування під час війни, його соціально-економічні реалії та перспективи у інноваційному та стратегічному аспектах діяльності.

Метою є дослідження соціально-економічного феномену – «Українська незламність» у контексті пристосування бізнесу до функціонування під час війни, його соціально-економічні реалії та перспективи у інноваційному та стратегічному аспектах діяльності.

МЕТОДИ, ОБ'ЄКТ ТА ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета дослідження досягається за допомогою використання теоретичного узагальнення, системного аналізу, абстрактно-логічного аналізу, морфологічного аналізу (при формуванні теоретичних узагальнень та аналізі результатів досліджень інших авторів); систематизації і ґносеологічного аналізу. Об'єктом дослідження є процеси формування соціально-економічного феномену – «Українська незламність» у контексті пристосування бізнесу до функціонування під час війни, його соціально-економічні реалії та

перспективи у інноваційному та стратегічному аспектах діяльності. Предметом дослідження є теоретичні та прикладні аспекти формування соціально-економічного феномену – «Українська незламність» у контексті пристосування бізнесу до функціонування під час війни, його соціально-економічні реалії та перспективи у інноваційному та стратегічному аспектах діяльності.

РЕЗУЛЬТАТИ

Сучасні дослідження, вищезгаданих науковців, показують, що феноменологія національного характеру охоплює різні рівні соціальної дійсності. Це проявляється не тільки в діяльності різних соціальних суб'єктів, починаючи від великих соціальних груп (нації) і закінчуючи окремою особою, в середині нації, а й через ставлення суспільства, системи моральних стандартів, соціальних норм, установок, основних цінностей, форм соціалізації, принципів виховання через характер взаємодії людей та вплив довкілля, різноманітність групового світогляду, форм ведення господарства, відпочинку тощо. Національний характер українського народу – це значущість атрибутів української нації, що формувалася протягом усього періоду її походження. Все це визначає належність людини до тієї чи іншої національної спільноти, лежить в основі національно-культурної самобутності всіх представників певного етносу, створює у свідомості відчуття спорідненості людини з іншими її представниками.

Події повномасштабного військового вторгнення РФ в Україну в 2022 році сприяли формуванню єдності та згуртованості українського народу, у боротьбі за національну самобутність. За перші два місяці війни в Україні не було більшої єдності серед українців, ніж понад тридцять років тому.

У соціально-економічних відносинах український національний характер поєднаний з демократизмом, толерантністю, повагою до суверенних прав особистості в усіх сферах життєдіяльності. Неодноразово на зламах історії людство вражало приклади незламності духу українських воєнків, що не замислюючись йшли захищати країну заради її процвітання [2].

Отже, поняття «соціально-економічний розвиток» – стратегічно спрямований процес взаємодії різних факторів, що відображає тісну взаємопов'язаність вирішення соціальних питань із ступенем економічного розвитку країни та її господарюючих суб'єктів. Можливості для взаємодії громадських організацій, бізнесу та владних структур для системного вирішення найбільш гострих соціально-економічних проблем населення відбуваються через реалізацію соц-інноваційної підприємницької діяльності. Тому, соціально-економічний розвиток на рівні підприємства характеризується як цілеспрямована зміна як керуючої, так і керованої системи при збереженні

відносної стійкості і протидії змінам на засадах самоорганізації.

Політичні і військові потрясіння, соціальні конфлікти, екологічні катастрофи можуть призупинити розвиток економіки будь-якої країни, відкинути її на кілька десятиліть назад, а іноді привести і до остаточної загибелі на локальному – підприємницькому та глобальному – цивілізаційному рівні.

Ознаками соціально-економічного розвитку для підприємництва слід вважати [3]:

1. В економічній сфері:

- економічний ріст – проявляється у кількісному виразі і характеризується розширенням масштабів системи: нарощення обсягів виробництва та реалізації продукції, розширення частки ринку, підвищення рівня доходів, нарощення фізичного обсягу капіталу підприємства;

- структурні зрушення – проявляється у якісному виразі через результативне використання ресурсів та досягнення кінцевих результатів діяльності підприємства: оновлення асортименту продукції і послуг; впровадження інноваційних технологій в управлінні, задоволення потреб споживачів.

2. В соціальній сфері:

- удосконалення організаційних умов системи;
- поліпшення соціально-психологічної атмосфери функціонування системи;
- формування бізнес-культури;
- забезпечення умов фахового зростання та розвитку;
- зростання рівня освіти та професійної підготовки кадрів.

Сьогодні, за більше ніж рік, у сфері суспільно-політичних та економічних відносин український національний характер поєднаний з демократизмом, толерантністю, повагою до суверенних прав особистості, став поштовхом розвитку соціально-економічного феномену української ідентичності – «Українська незламність» через взаємодію громадських організацій, бізнесу та владних структур за для системного вирішення найбільш гострих суспільних проблем населення. Потужний прояв даного феномену відбився у трансформації підприємницької діяльності, значна частина прибутків від якої зараз спрямовується на вирішення соціально-економічних проблем.

Зазначена трансформація підприємництва реалізується через його соціалізацію. Перші спроби впровадження подібної форми у нашій країні відбулись ще на початку 2000-х років і мали прояв у соціальному підприємстві [4]. Його актуальність набула в контексті впровадження адміністративно-територіальної реформи, у результаті якої відбулась трансформація ролі громади як інструменту волевиявлення людей, що потребували нових інструментів вирішення соціально-економічних проблем та механізмів їх фінансування.

Специфіка трансформації підприємництва під час війни відображається на особливостях його сьогоденного функціонування та можливостями для стратегічного розвитку всього соціально-економічного

простору країни. Зараз підприємництво перетворилося на цілий рух зі своєю ідеологією та місією, які можна прослідкувати на конкретних прикладах відображених у таблиці 1.

Таблиця 1. Приклади незламного українського підприємництва*

Назва та призначення бізнесу	Характеристика унікальних рішень бізнесу
<i>Інноваційні розробки та перекваліфікація виробництва</i>	
«Український Ілон Маск» – інженер з Кривого Рогу Віталій Бризгалов, справою життя вважає створення перших в Україні електровантажівок.	Почав виготовляти легкі всюдихідні машини (багі) для фронту з відкритим дахом, при цьому штурмовий позашляховик коштує лише 2 тис.дол., що вчетверо дешевше за закордонні аналоги. <i>Перспективою використання може стати індустрія туризму та розваг.</i>
Виробництво шевронів для військових: Проект «Шеврони на патрони» діє з лютого 2023 року. Засновник – волонтер зі Львова та доброволець Іван Сварник.	Ідея з'явилась на день вишиванки у 2022 році. Родзинкою бізнесу є благодійна серія шевронів, що оформлені вишиванкою, яка притаманна для певного регіону України та у вигляді територіальних границь України. Всі зібрані кошти з продажу виробів йдуть на потреби військових (придбаний безпілотник «Валькірія»).
Сімейна фабрика з виробництва взуття «Ікос» з Луцька.	Працівники почали допомогти теробороні, виготовляючи устілки для взуття та роздаючи старі запаси зимового взуття на блокпостах. Згодом фабрика перекваліфікувала виробництво з класичного взуття на літні та зимові тактичні черевики власної розробки за міжнародними стандартами. <i>Фабрика може виготовляти 300 пар тактичного взуття з перспективою збереження даної лінійки у повоєнний час.</i>
Виробництво сухих інгредієнтів для приготування їжі для фронту. Засновник – волонтерка з Рівненщини Марія Ярославська.	Спільна волонтерська ініціатива із кухарем-технологом, бійцем ЗСУ, пов'язана з харчовими продуктами для бійців на передовій – пакети з інгредієнтів для супів. Родзинка бізнесу: «Сухий борщ» – пакет із суміші сухих інгредієнтів для приготування трьох літрів борщу (інгредієнти достатньо розвести окропом). Вийняток пакету є картопля бо технологічно її не можливо висушити. Разом із пакетами сухого українського борщу передаються ковбаски або сушене м'ясо. Окрім сухого борщу передаються суміші для різних супів: з грибами та гречкою, макаронами, шпинатом та кус-кусом, набори для супів харчо. Військові діляться сухими першими стравами з цивільним населенням на прифронтових територіях, що опинились у скрутному становищі. <i>Перспективою розвитку бізнесу може стати популяризація Українського Борщу, як нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО для самостійного приготування у польових (туризм, розважальні мастер-класи) та домашніх умовах.</i>
Проект: «Швейна рота», розробка та поширення спеціального адаптивного одягу для поранених. Засновниці – м. Дніпро, Ксенія і Марина.	Початок справи був покладений ще у 2014 році: одна з засновниць шила спідню білизну для бійців на фронт в складі швейного батальйону. На четвертий день повномасштабного вторгнення був організований цех з поширення балаклави і термобілизни для військових, у складі 30 майстринь різних професій У складі запитів були присутні також інші речі – футболки, труси, панамы. Згодом долучилися майстрині з інших міст України, зараз у команді до 500 майстрів. Справа вже зараз охопила фактично всі міста країни: багато майстринь ВПО. Наразі, справа вийшла і за межі країни у Німеччину, Словаччину, Великобританію, Норвегію і Канаду. Майстрині розробили назви і дизайни для передової: «бронекорд», для госпіталів: «кіберодяг» (назви на етикетках: «Бронетруси», «Бронекорд», «Кібершорти», «Кіберкорд», «Кіберштани»). Майстрині працюють зараз виключно на волонтерських засадах, все купується за донати та за гроші від благодійних розіграшів та лотерей («Добролотерея»). Підтримки від держави, поки, нема. Тісно співпрацюють з партнерами, SB Ukraine (професійний швейний цех під Києвом) і започаткували спільну ініціативу «Поділись теплом з воїном» – худі з шевроном «Швейної роти» з авторським принтом «Щедрик», в якому об'єднані 11 міст України. 50 % коштів від його поширення йдуть на закупівлю матеріалів для кіберодягу. Родзинка бізнесу – одяг, від спідньої білизни до шорт, футболок, кофт і штанів, носків на зав'язках, кнопках, гудзиках та липучках, подушок-валиків для поранених бійців. Обслуговують понад 40 підшефних госпіталів, багато – в прифронтовій зоні. Весь одяг бійці отримують безоплатно. Аналогів подібного одягу за кордонами України не існує. <i>Перспективою використання продукції може стати реабілітаційна справа.</i>

Продовження таблиці 1

Назва та призначення бізнесу	Характеристика унікальних рішень бізнесу
<i>Тиражованість та масштабованість бізнесу</i>	
Пошиття футболок з українською символікою, засновниця з Дніпра Юлія	Засновниця мала свій невеликий цех з пошиття одягу. З початком повномасштабної війни виїхала з родиною до Канади де і відродила бізнес. У Монреалі започаткувала пошиття футболок з вишивками українських символів: гербом, прапором та іншими традиційними вишивками. Частину прибутку засновниця перераховує військовим.
Компанія «Collar» – товари для тварин, засновник Юрій Синиця.	Релокація виробника товарів для тварин, що експортував їх у 78 країн світу (відомі фіолетові кільця для собак Puller, що з 2017 року використовуються в офіційних міжнародних спортивних змаганнях) з Чернігівщини з під обстрілів до Івано-Франківська, розпочавши бізнес «з нуля». Застосоване нестандартне управлінське рішення задля збереження штату працівників: виплата зарплати кредитними коштами.
<i>Підприємницька відповідальність та нестандартні управлінські рішення</i>	
Агрохолдинг «KSG Agro» відповідає за продовольчу безпеку Дніпропетровської області та прилеглих регіонів, де її доля на ринку м'ясної продукції сягає майже 80%.	Суттєво збільшили кількість робочих місць через впровадження другої зміни. Заробітна плата виплачується вчасно і у повному обсязі та забезпечується продовольча допомога працівникам. Діють програми працевлаштування та забезпечення житлом переселенців, на території підприємства організовано дитячий садочок та безплатні обіди. Для територіальної громади придбано найпотужніший генератор. Разом із Благодійним фондом «Майбутнє», системно забезпечує БСУ: бронезилями, одягом, аптечками, системами зв'язку та безкоштовно постачає харчові продукти військовим підрозділам, лікарням та шпиталям.
Заклади ресторанного бізнесу України	Флешмоб серед закладів ресторанного бізнесу країни, що дозволяє економити енергетичні ресурси. Бізнес запровадив деякі зміни у роботі: вимкнення рекламних вивісок та додаткового фасадного освітлення; використання свічок замість електричного освітлення; відмова від інфрачервоних обігрівачів у холодні дні та запровадження «культури тепла» разом із гостями; чек-ап обладнання; впровадження інструментів рекуперації тепла; праця «на виніс».

*Авторська розробка з використанням матеріалів [5-11]

Отже, визначимо основні трансформаційні риси українського незламного підприємництва, його ідентифікаційне визначення.

Війна стала величезним викликом для економіки. У перші місяці більшість підприємств припинили роботу через обстріли та призупинили діяльність і ті підприємницькі бізнеси, що перебували на значній відстані від лінії фронту. Переважна більшість з них зіткнулися з невизначеністю такого страшного всесвітньо-суспільного явища, як війна, а особливо у найбільшій країні європейського континенту, що принесла, зокрема, проблемами логістики та відтік працездатного населення за кордон через бойові дії.

У процесі адаптації до нових реалій існування підприємці почали шукати можливості для відновлення роботи [5]:

– у березні 2022 року працювали 40% підприємств, через два місяці – 54%, у жовтні – 93%, зараз 70% підприємств працюють повноцінно, а 22% – частково;

– змогли переконати власних іноземних замовників в тому, що можуть і будуть продовжувати надавати послуги та виготовляти продукцію (20% релокували компанію у більш безпечні області);

– власники та керівники підприємств проявили високий рівень відповідальності за своїх працівників

та свою справу (36% керівників вирішили зберегти зарплати працівників (хоча б частково, навіть коли ті не могли працювати певний час), 17% надали одноразові виплати, 16% надавали спеціалістам безкоштовну психологічну допомогу.

Значущими складовими стійкості та єднання стало те, що частина і власників підприємств, і працівників вступили в ряди ЗСУ. Вони стали прикладом для тих, хто залишився в тилу. Фронтом «тиловиків» стала робота об'єднана спільною метою – перемогти. Так, 84% керівників вважають, що дана ситуація підняла корпоративний дух і стало тригером для волонтерства [5].

ОБГОВОРЕННЯ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Отже, головним трансформаційним феноменом як для окремих людей, так і цілих підприємств стало розуміння можливості принести більшу користь країні і собі реалізувавши власні зусилля у волонтерстві.

Сьогодні ідентифікаційним визначенням українського незламного підприємництва є «волонтерське підприємництво» як інноваційна діяльність, сформована на тлі посилення процесів української ідентичності, яка спрямована на забезпечення соціально-економічних потреб і вирішенні суспільних проблем та отримання фінансової вигоди у вигляді прибутку.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи усі вище наведені пункти дослідження слід зазначити що характерні риси волонтерського підприємництва можна визначити через соціальне підприємництво [12, 13], але без дискусійних питань, щодо підходів до визначення, оскільки в даному факті суб'єктами підприємницької діяльності не є громадські організації, а безпосередньо сам бізнес:

– інноваційність продукції та послуг у забезпеченні соціально-економічних потреб і вирішенні суспільних проблем;

– прибутковість (зараз і у майбутньому);

– тиражованість (можливість відтворення моделі підприємства незалежно від соціально-економічних і географічних умов: початок бізнесу «з нуля» на новому місці, наявність української діаспори у світі);

– масштабованість (здатність розширювати масштаби діяльності та обсяг прибутків);

– реінвестиції прибутків у розширення діяльності та їх подальше спрямування на досягнення суспільних цілей;

– демократичне управління з боку влади та бажана конкурентоспроможність на відкритому ринку (унікальність пропонованих продуктів і послуг, що задовольняють потреби в них за кордонами України).

REFERENCES

- [1] Stepyko, M. T. (2011). *Ukrainska identychnist: fenomen i zasady formuvannia [Ukrainian identity: phenomenon and principles of formation]*. Kyiv : NISD, 2011. 336 s. Retrieved from <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2012-09/Ident-62307.pdf> [in Ukrainian].
- [2] Lytvynenko, A. I., & Bukina, T. V. (2022). Nezlamnist ukraïnskoï natsii – uroky dlia svitu [The indomitability of the Ukrainian nation is a lesson for the world]. *«Politychna kultura ta ideolohiia»*. 1. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2022-1.18> [in Ukrainian].
- [3] Tiukha, I. V. (2012). Sotsialno-ekonmichniy rozvytok pidpriemstva : sutnist ta vydovi priavy [Socio-economic development of the enterprise: essence and specific manifestations]. *«Efektivna ekonomika»*. 6. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1195> [in Ukrainian].
- [4] Horishna, N. M. (2016). Fenomen sotsialnoho pidpriemnytstva: sutnist i kryterii [The phenomenon of social entrepreneurship: essence and criteria]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriiia «Pedahohyka. Sotsialna robota»*. 2 (39). Retrieved from <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/38161/1/%D0%A4%D0%95%D0%9D%D0%9E%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A1%D0%9E%D0%A6%D0%86%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%9E%D0%93%D0%9E%D0%9F%D0%86%D0%94%D0%9F%D0%A0%D0%98%D0%84%D0%9C%D0%9D%D0%98%D0%A6%D0%A2%D0%92%D0%90.pdf> [in Ukrainian].
- [5] Danylina, L. (2023). Fenomen stiikosti ukraïnskoho biznesu: yak ukraïnskyi biznes z inozemnymy zamovnykamy adaptuvavsia do roboty v umovakh viiny [The phenomenon of stability of Ukrainian business: how Ukrainian business with foreign customers adapted to work in war conditions]. *Portal «Ekonomiczna pravda»*. Retrieved from <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/17/696048/> [in Ukrainian].
- [6] Rykhlytskyi, V. (2023). Biznes z prysmakom porokhu. Istoriï pidpriiemstiv, yaki perelashtuvalysia pid chas viiny [Business with the taste of gunpowder. Stories of entrepreneurs who changed during the war]. *Portal «Ekonomiczna pravda»*. Retrieved from <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/6/695725/>.
- [7] Kasianov, S. (2022). Biznes pid chas viiny – vazhlyva skladova bezpeky, oboronozdatnosti ta mizhnarodnoho vplyvu Ukrainy [Business during the war is an important component of security, defense capability and international influence of Ukraine]. *Portal «Ekonomiczna pravda»*. Retrieved from: <https://www.epravda.com.ua/press/2022/12/30/695586/> [in Ukrainian].
- [8] Shaparenko, V. (2023). Istoriï ukraïnok, yaki zapochatkuvaly i vtiliuiut vazhlyvi u viini spravy ta initsiatyvy [Stories of Ukrainian women who initiated and implement important causes and initiatives in the war]. *Portal «Ukrainky» – spetsproekt «Chas zhinok»*. Retrieved from: <https://ukrainky.com.ua/shvejna-rotazhinocha-inicizatyva-z-poshyttya-odyagu-dlyaporanenyh/> [in Ukrainian].
- [9] Masiuk, M. (2023). Lvivianyn zapustyv vyrobnytstvo shevroniv, shchob dopomohty viiskovym [The man from Lviv launched the production of chevrons to help the military]. *Portal ZAXID.NET*. Retrieved from: https://zaxid.net/lvivyanin_zapustiv_virobnitstvo_shevroniv_shhob_dopomogti_viyskovim_n1560442 [in Ukrainian].
- [10] «Ukrainska bizhenka u Kanadi vede informatsiinu viinu za dopomohoiu futbolok» [«A Ukrainian refugee in Canada is waging an information war with the help of T-shirts»]. (2023). *Teleshou «Ranok vdoma»*. *Cotsialna merezha Facebook*. Retrieved from: <https://m.facebook.com/ShowUtroDOMa/videos/> [in Ukrainian].
- [11] Kuklina, T.S. (2022). Svidomyi restorannyi biznes pid chas viiny v Ukraini [Conscious restaurant business during the war in Ukraine]. *Portal «Vse pro turyzm»*. Retrieved from: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina3.htm [in Ukrainian].
- [12] Bravo, C. (2016). Identifying Schools of Thought in Social Entrepreneurship. Conference: International Conference on Social Entrepreneurship and Innovation. At: London, United Kingdom. May 2016. Volume: 18. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/292967859_Identifying_Schools_of_Thought_in_Social_Entrepreneurship.
- [13] Nazaruk, V. (2013). Pro kryterii sotsialnoho pidpriemstva [About social enterprise criteria]. *Portal «Hurt»*. Retrieved from: <http://gurt.org.ua/blogs> [in Ukrainian].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- [1] Степико, М. Т. (2011). Українська ідентичність: феномен і засади формування : монографія. Київ : НІСД, 2011. 336 с. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2012-09/Ident-62307.pdf>.
- [2] Литвиненко, А. І., Букіна, Т. В. (2022). Незламність української нації – уроки для світу. *«Політична культура та ідеологія»*. 2022. Вип. 1. URL: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2022-1.18>.
- [3] Тюха, І. В. (2012). Соціально-економічний розвиток підприємства : сутність та видові прояви. *«Ефективна економіка»*. 2012. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1195>.
- [4] Горішна, Н. М. (2016). Феномен соціального підприємництва: сутність і критерії. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Педагогіка. Соціальна робота»*. 2016. Вип. 2 (39). URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/38161/1/%D0%A4%D0%95%D0%9D%D0%9E%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A1%D0%9E%D0%A6%D0%86%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%9E%D0%93%D0%9E%D0%20%D0%9F%D0%86%D0%94%D0%9F%D0%A0%D0%98%D0%84%D0%9C%D0%9D%D0%98%D0%A6%D0%A2%D0%92%D0%90.pdf>.
- [5] Даниліна, Л. (2023). Феномен стійкості українського бізнесу: як український бізнес з іноземними замовниками адаптувався до роботи в умовах війни. *Портал «Економічна правда»*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/17/696048/>.
- [6] Рихлицький, В. (2023). Бізнес з присмаком пороку. Історії підприємців, які перелаштувалися під час війни. *Портал «Економічна правда»*. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/6/695725/>.
- [7] Касьянов, С. (2022). Бізнес під час війни – важлива складова безпеки, обороноздатності та міжнародного впливу України. *Портал «Економічна правда»*. URL: <https://www.epravda.com.ua/press/2022/12/30/695586/>.
- [8] Шапаренко, В. (2023). Історії українок, які започаткували і втілюють важливі у війні справи та ініціативи. *Портал «Українки» – спецпроект «Час жінок»*. URL: <https://ukrainky.com.ua/shvejna-rota-zhinocha-iniciziatyva-z-poshytuyadyagu-dlya-poranyenyh/>.
- [9] Масюк, М. (2023). Львів'янин запустив виробництво шевронів, щоб допомогти військовим. *Портал ZAXID.NET*. URL: https://zaxid.net/lvivyanin_zapustiv_virobnitstvo_shevroniv_shhob_dopomogti_viyskovim_n1560442.
- [10] «Українська біженка у Канаді веде інформаційну війну за допомогою футболок». (2023). *Телешоу «Ранок вдома»*. Соціальна мережа Facebook. URL: <https://m.facebook.com/ShowUtroDOMa/videos/>.
- [11] Кукліна, Т. С. (2022). Свідомий ресторанний бізнес під час війни в Україні. *Портал «Все про туризм»*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina3.htm.
- [12] Bravo, C. (2016). Identifying Schools of Thought in Social Entrepreneurship. *Conference: International Conference on Social Entrepreneurship and Innovation*. At: London, United Kingdom. May 2016. Volume: 18. URL: https://www.researchgate.net/publication/292967859_Identifying_Schools_of_Thought_in_Social_Entrepreneurship.
- [13] Назарук, В. (2013). Про критерії соціального підприємства. *Портал «Гурт»*. URL: <http://gurt.org.ua/blogs>.

© Трухачова К. В., Томашевська В. В.

Дата надходження статті до редакції: 26.04.2024

Дата затвердження статті до друку: 07.05.2024