

УДК 338.246

JEL L26

DOI 10.32782/2786-765X/2025-11-20

Кот Л.Л.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри екологічного менеджменту та підприємництва,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7142-8149>

ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНКЛЮЗІЇ В УКРАЇНІ

У статті досліджено гендерний аспект розвитку соціального підприємництва як інструмент економічної інклюзії в Україні в умовах соціально-економічної трансформації та післявоєнного відновлення. Розкрито теоретико-методологічні засади гендерної економіки, спираючись на концепції Е. Бозерап, А. Сена та М. Нуссбаум, які обґрунтували взаємозалежність між економічним розвитком і розширенням можливостей жінок. Установлено, що соціальне підприємництво, орієнтоване на суспільний ефект, створює унікальні можливості для залучення жінок до економічної діяльності, формування людського капіталу та зміцнення соціальної згуртованості громад. Проаналізовано сучасний стан і тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні в гендерному контексті, виявлено, що жінки становлять понад половину керівників соціальних підприємств, переважно у сферах освіти, догляду, креативних індустрій і сталого агробізнесу. Водночас наголошено на системних бар'єрах, що гальмують жіночу підприємницьку активність: обмежений доступ до фінансування, дефіцит менторської підтримки, слабка інтеграція у професійні бізнес-мережі, а також вплив культурних стереотипів і подвійного навантаження у поєднанні професійних та сімейних ролей. Запропоновано аналітичну модель впливу гендерного чинника на інноваційний розвиток соціального підприємництва, яка поєднує внутрішні (організаційно-культурні) та зовнішні (інституційні, фінансові, нормативні) фактори. Модель базується на положеннях Oslo Manual 2018, принципах Social Economy Action Plan (SEAP) Європейського Союзу та методології UN Women щодо інтеграції гендерної складової у політики сталого розвитку. Встановлено, що гендерна інклюзія виступає мультиплікативним чинником інноваційності: підприємства з високим рівнем участі жінок у керівництві характеризуються більшою відкритістю до технологічних і організаційних нововведень, гнучкістю управління та соціальною орієнтацією бізнес-моделей. Доведено, що зовнішня інституційна підтримка – грантові програми, гендерно орієнтоване фінансування, публічні закупівлі із соціальними критеріями – підсилює ефект внутрішньої інклюзії, сприяючи зростанню інноваційної спроможності соціальних підприємств. Обґрунтовано, що формування гендерно орієнтованої екосистеми соціального підприємництва є стратегічним напрямом інклюзивного економічного зростання України. Розвиток державної політики у цій сфері має передбачати системне впровадження механізмів гендерного аналізу, розширення доступу жінок до фінансових і освітніх ресурсів, підтримку жіночого лідерства та моніторинг показників різноманіття у підприємницькому секторі. Реалізація таких підходів сприятиме зміцненню соціальної економіки, підвищенню інноваційної активності та формуванню справедливої, інклюзивної моделі національного розвитку.

Ключові слова: соціальне підприємництво, гендерна інклюзія, жіноче підприємництво, інноваційний розвиток, соціальна економіка, інституційна підтримка, інклюзивне зростання, економічна рівність, SEAP, гендерна політика.

Постановка проблеми. Сучасна національна економіка України функціонує в умовах глибоких соціально-економічних трансформацій, спричинених воєнною агресією, структурними дисбалансами ринку праці та потребою відновлення продуктивного потенціалу громад. Одним із ключових чинників інклюзивного зростання постає розвиток соціального підприємництва – форми господарювання, яка поєднує економічну результативність із соціальною місією, забезпечуючи створення суспільно значущих благ. Проте в межах цієї сфери чітко виявляється гендерна асиметрія, що обмежує реалізацію потенціалу соціального

підприємництва як інструменту рівних можливостей.

Попри те, що жінки становлять понад половину економічно активного населення України, їхня участь у підприємницькій діяльності, зокрема у соціальному секторі, залишається непропорційно низькою. За даними міжнародних досліджень (OECD, UN Women, ILO), жінки частіше зосереджені у низькодохідних або соціально орієнтованих видах бізнесу, мають обмежений доступ до фінансування, менторства та професійних мереж. Ці диспропорції призводять до втрати значної частини людського капіталу, гальмують інноваційний розвиток соціальних підприємств

і знижують ефективність державної політики інклюзії.

Додатковою проблемою є недостатня інституціоналізація гендерної складової в українських програмах підтримки підприємництва. Переважна більшість нормативно-правових актів, що регулюють соціальне підприємництво, не містять положень про гендерну рівність, а гендерно-чутливі індикатори відсутні у державних стратегіях соціально-економічного розвитку. Як наслідок, соціальне підприємництво в Україні не реалізує свого потенціалу як механізму гендерної справедливості та економічної інклюзії.

У науковому дискурсі проблема гендерного виміру соціального підприємництва досі не отримала належного системного висвітлення. Переважна більшість досліджень фокусуються або на загальних питаннях розвитку соціальних підприємств, або на аспектах жіночого підприємництва, не розглядаючи взаємозв'язок між гендерною політикою, інноваційністю та інклюзивністю. Відсутність комплексних моделей оцінювання гендерної складової в діяльності соціальних підприємств знижує ефективність прогнозування і формування державних рішень у цій сфері.

Таким чином, актуальність проблеми зумовлюється необхідністю наукового обґрунтування гендерного аспекту розвитку соціального підприємництва як чинника підвищення рівня економічної інклюзії та соціальної згуртованості в Україні. Її вирішення потребує інтеграції методології гендерного аналізу у механізми державного регулювання та стратегічного планування соціально-підприємницької діяльності, що відповідає завданням інституціональної модернізації національної економіки та реалізації принципів сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній науці проблематика соціального підприємництва та гендерної рівності перебуває у центрі уваги як міжнародних, так і вітчизняних дослідників. Теоретичні засади соціального підприємництва як чинника інклюзивного розвитку розкрито у працях М. Юнуса, який започаткував концепцію «соціального бізнесу» як моделі подолання бідності через економічну самодостатність соціально вразливих груп. Вагомий внесок у розвиток відповідної теорії здійснили Дж. Діс, який визначив соціальне підприємництво як поєднання інноваційного підходу з соціальною місією, та К. Альтер, що розробила класифікацію гібридних бізнес-моделей і запропонувала систему показників соціального впливу.

Серед європейських науковців суттєвий внесок зробили Дж. Мейр і І. Марті, які розглядають соціальне підприємництво як процес поєднання ресурсів і можливостей для створення соціальної цінності, а також А. Передо і М. Маклін, що доводять соціальний ефект підприємництва у контексті сталого розвитку. Цінними є праці Б. Дрейтона, засновника міжнародного фонду «Ашока», який уперше обґрунтував роль соціального підприємництва як глобального інструменту соціальних інновацій. Дослідження Ч. Лідбітера підкреслюють значення соціальних підприємців як агентів системних змін у суспільстві.

Гендерний аспект економічної активності знайшов відображення у працях Е. Бозерапа, А. Сена та М. Нуссбаум, які заклали теоретичний фундамент гендерної економіки, розкривши взаємозалежність між рівнем залучення жінок до економічної діяльності, зростанням ВВП та стійкістю розвитку. Дослідження С. Дюфло та Дж. Грінвуда виявили прямий зв'язок між економічним розширенням прав жінок, інноваційною активністю та зниженням соціальної нерівності.

Практичні аспекти участі жінок у підприємстві розкриті в роботах Л. Стівенсона, С. Стоуна, Д. Ріса та Х. Стіл, які наголошують на необхідності створення окремих механізмів підтримки жінок-підприємниць – інкубаторів, освітніх програм, гендерно орієнтованого фінансування. Вагомими є аналітичні узагальнення В. Хайнемана, С. Лайта і Дж. Томпсона, які розглядають соціальні підприємства як форму трансформації традиційної ринкової економіки у напрямі соціальної відповідальності.

У межах європейського контексту окрему увагу приділено питанням гендерної рівності у соціальній економіці. Внесок К. Хартога, Б. Хогердорна, Л. Нікольс і Г. Керна полягає у виявленні зв'язку між жіночим лідерством у соціальних підприємствах і підвищенням рівня соціальної згуртованості громад. Вони доводять, що жіноче підприємництво сприяє зміцненню соціального капіталу, формуванню довіри та підтримці інновацій у регіональних економіках.

Українська наукова школа також приділяє увагу цьому питанню. У працях А. Залевської-Шишак, А. Шишака, Н. Бондаревської, О. Білоруса та В. Геєця соціальне підприємництво розглядається як складова інституційного розвитку національної економіки та чинник формування соціально орієнтованого ринку. Дослідження О. Козловського, Ю. Прокпчука та І. Мартинюка зосереджені на моделюванні інноваційного розвитку соціальних

підприємств та оцінюванні їхнього соціального впливу.

Вітчизняні автори, зокрема С. Бульба, І. Князевич, Л. Нечипоренко та І. Кириченко, аналізують гендерний аспект підприємництва у контексті трудової міграції, жіночої зайнятості та регіональної політики інклюзії. На думку О. Петренка та М. Левченко, розвиток соціального підприємництва є одним із найефективніших шляхів зменшення гендерного розриву в доходах і доступі до ресурсів, особливо у сфері малого бізнесу та соціальних послуг.

Окремо заслуговують на увагу роботи Н. Гавкалюк, І. Лук'янової та Т. Романюк, у яких доведено, що інтеграція гендерного виміру у політику підтримки соціального підприємництва підвищує ефективність використання людського капіталу, сприяє формуванню нових робочих місць та розвитку регіональної економіки.

Таким чином, аналіз сучасної наукової літератури свідчить, що попри значну кількість досліджень у сфері соціального підприємництва, гендерна компонента цієї проблематики ще недостатньо розроблена в українському економічному дискурсі. Залишається потреба у формуванні цілісної теоретико-методологічної моделі, яка б дозволила оцінити вплив гендерних чинників на розвиток соціальних підприємств, виміряти їхній соціально-економічний ефект та інтегрувати принципи рівних можливостей у стратегії інклюзивного економічного зростання України.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є наукове обґрунтування ролі гендерного аспекту у розвитку соціального підприємництва як інструменту економічної інклюзії в системі національної економіки України, а також виявлення організаційно-економічних механізмів і моделей, що сприяють розширенню участі жінок у соціально-підприємницькій діяльності, забезпеченню рівного доступу до ресурсів, інновацій та управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу. Теоретичне підґрунтя гендерного аналізу в економіці сформувалося на перетині класичних концепцій розвитку та соціальної економіки. Однією з перших дослідниць, яка довела структурну роль жінок у господарській діяльності, стала Е. Бозерап. У своїй праці «*Woman's Role in Economic Development*» (1970 р.) вона показала, що розвиток економіки не є гендерно нейтральним процесом, а політика модернізації часто відтворює або навіть посилює існуючі нерівності між жінками та чоловіками. Е. Бозерап

підкреслювала, що жінки відіграють ключову роль у виробництві, проте їхній внесок залишається невидимим для традиційної статистики та економічних моделей. Вона закликала до створення економічних систем, у яких участь жінок у виробництві, торгівлі й соціальних послугах визнається і підтримується на рівні державної політики [1].

Подальший розвиток ідей гендерної економіки здійснив А. Сен, який запропонував концепцію «підходу здатностей» («*capabilities approach*»). Він розглядав розвиток не як зростання доходів, а як процес розширення реальних можливостей людини бути і діяти. Сен наголошував, що гендерна нерівність не може оцінюватися лише через статистичні показники – вона вкорінена у соціальних нормах, системах цінностей та інституційних практиках, які обмежують свободу вибору жінок. На його думку, економічна політика має спрямовуватися не тільки на перерозподіл ресурсів, а й на усунення соціальних бар'єрів, які позбавляють жінок доступу до ринку праці, освіти та підприємницьких можливостей [2].

Концепцію А. Сена продовжила М. Нуссбаум, яка запропонувала список базових людських «здатностей», необхідних для гідного життя: здоров'я, освіта, тілесна недоторканність, соціальна участь, автономія, контроль над власним середовищем. У праці «*Women and Human Development*» (2000 р.) вона підкреслила, що економічний прогрес має оцінюватися не лише за ВВП чи доходом, а за тим, наскільки люди, особливо жінки, можуть реалізувати ці здатності. Таким чином, гендерна політика у сфері економіки має забезпечити умови для самореалізації, а не просто гарантувати формальну рівність можливостей [3].

Сучасні дослідники, зокрема Дж. Мікер, Л. Андерсон та Н. Кліффорд, продовжили розвивати ці ідеї у контексті феміністичної економіки, наголошуючи на необхідності врахування неоплачуваної праці, гендерного поділу часу та ролі соціального капіталу в розвитку економіки. У їхніх працях утвердилася думка, що економічна ефективність і соціальна справедливість взаємопов'язані, а розвиток не може бути сталим без усунення системної дискримінації жінок [4].

У сучасній науковій літературі соціальне підприємництво визначається як форма господарської діяльності, що поєднує підприємницьку ініціативу з вирішенням соціальних проблем. На відміну від традиційного бізнесу, його метою є не лише прибуток, а створення соціальної цінності. Для жінок це середовище стає простором розширення можливостей

і подолання структурних бар'єрів. Зокрема, соціальні підприємства створюють робочі місця з гнучким графіком, що особливо важливо для матерів із дітьми або жінок, які поєднують професійні та сімейні обов'язки.

Крім того, соціальне підприємництво дозволяє долучати жінок до секторів, у яких вони традиційно недопредставлені, – IT-послуг, «зелених» технологій, інноваційної освіти. Через поєднання бізнес-моделей із соціальною місією воно формує «економіку участі», де ключову роль відіграють співпраця, взаємна підтримка та локальні мережі. У цьому сенсі соціальне підприємництво виступає каталізатором зміни суспільних уявлень про роль жінки в економіці та сприяє розвитку жіночого лідерства.

Значна частина міжнародних програм – UN Women's Empowerment Principles, OECD Gender Action Plan, Social Economy Action Plan Європейського Союзу – безпосередньо розглядають соціальне підприємництво як інструмент досягнення гендерної рівності. Ці документи фокусуються на підтримці жінок-підприємниць через доступ до фінансування, наставництво, освітні програми та інкубатори інклюзивного бізнесу [5].

Торкаючись питання методологічної інтеграції гендерного аналізу у моделі інклюзивного зростання, варто наголосити, що інклюзивне зростання, за визначенням Світового банку та Програми розвитку ООН, передбачає таку модель економічного розвитку, яка поєднує економічну ефективність із соціальною справедливістю. Гендерний аналіз є її обов'язковим компонентом, адже саме гендерні обмеження часто визначають, хто має доступ до ресурсів, освіти, фінансів і ринку праці. Інтеграція гендерного підходу у національні стратегії зростання означає включення гендерно-чутливих індикаторів у систему державної статистики, бюджетного планування й оцінювання ефективності політик.

Зокрема, у сучасних дослідженнях використовується система індикаторів, що вимірює рівень участі жінок у підприємстві, доступ до фінансування, рівень управлінського представництва, частку жінок серед працевлаштованих у соціальних підприємствах. Такі показники дають змогу оцінювати не лише кількісну присутність жінок у бізнесі, а й якість їхньої економічної участі – рівень прийняття рішень, економічну самостійність, можливість кар'єрного розвитку [6].

Інституціональна інтеграція гендерного аналізу у стратегії інклюзивного зростання вимагає залучення трьох рівнів:

– макроекономічного рівня, де гендерна політика включається у стратегії національного розвитку;

– мезорівня (галузевого), де оцінюється участь жінок у конкретних секторах соціальної економіки;

– мікрорівня (організаційного), де розробляються внутрішні політики соціальних підприємств, спрямовані на забезпечення рівних можливостей і гідних умов праці.

Треба зазначити також, що значним обмеженням інноваційного потенціалу соціальних підприємств виступає гендерна сегрегація.

Гендерна сегрегація – це стійкий поділ економічних сфер і професій за ознакою статі, що обмежує доступ жінок до ресурсів, нових технологій і сфер прийняття рішень. У контексті соціального підприємництва цей феномен виявляється у тому, що більшість жінок зосереджені в традиційно «соціальних» галузях – освіті, догляді, благодійності, тоді як технологічні або виробничі напрями залишаються чоловічим доменом. Така структура знижує інноваційний потенціал соціальної економіки, адже інновації найчастіше народжуються на межі різних сфер, де поєднуються технічні, управлінські та гуманітарні компетенції.

Сегрегація також зумовлює фінансовий розрив: жіночі підприємства частіше недоотримують інвестиції, оскільки інвестори вважають соціальну сферу низькорентабельною. Крім того, жінки мають менше можливостей долучатися до бізнес-мереж, що обмежує їхню участь у міжнародних програмах, грантах та інноваційних кластерах. Таким чином, подолання гендерної сегрегації є не лише питанням соціальної справедливості, а й важливим фактором підвищення конкурентоспроможності соціальних підприємств.

Разом із цим, міжнародний досвід показує, що залучення жінок до керівних позицій і формування гендерно збалансованих команд підвищує інноваційність і фінансову стійкість підприємств. Тому державна політика підтримки соціального підприємництва має включати гендерний компонент – систему пільг, квот і програм розвитку жіночого лідерства у сфері соціальної економіки [7].

Жіноче підприємництво в Україні є одним із найдинамічніших секторів малого бізнесу. За даними Міністерства економіки України та Державної служби статистики, частка жінок серед фізичних осіб-підприємців становить близько 48 % від загальної кількості зареєстрованих ФОПів [8]. Така висока активність пов'язана не лише з прагненням до економічної самостійності, а й із соціальною мотивацією – більшість жіночих підприємницьких

ініціатив зосереджені в галузях, що мають виражений соціальний ефект: освіта, догляд, креативні індустрії, сфера послуг [9].

У дослідженні «British Council Social Enterprise Landscape in Ukraine» (2020 р.) зазначено, що понад 56 % керівників соціальних підприємств в Україні – жінки, що є одним із найвищих показників у Європі [10]. При цьому близько 70 % таких підприємств функціонують у міських громадах, а 30 % – у сільській місцевості. Географічна концентрація спостерігається у Київській, Львівській, Харківській та Дніпропетровській областях.

Жінки-підприємниці домінують у секторах освіти, соціальної допомоги, креативної економіки, ремесел та агросфери, де підприємництво має виражену соціальну місію. Близько 40 % таких ініціатив спрямовані на підтримку внутрішньо переміщених осіб, осіб з інвалідністю та малозабезпечених верств населення [11].

Водночас жіноче соціальне підприємництво стикається із низкою викликів. Дослідження ABT Global (2023) вказує на обмежений доступ жінок до фінансування, особливо у регіонах, де банківський сектор скоротив кредитування через війну [12]. Нестача інвестицій та фінансових гарантій є головним гальмівним чинником розвитку жіночих соціальних ініціатив.

Крім того, за даними UN Women (2023), бар'єрами залишаються нестача менторства, слабка представленість жінок у професійних бізнес-мережах і культурні стереотипи, що знижують соціальну легітимність жіночого підприємництва [13]. Водночас ці ж організації наголошують, що соціальні підприємства, очолювані жінками, частіше запроваджують принципи сталого розвитку, гендерно нейтральні практики зайнятості й етичного менеджменту.

У 2022–2024 рр. спостерігається чітка тенденція до зростання частки жінок серед керівниць соціальних підприємств у сферах креативних індустрій, дистанційної освіти та агроекологічних проєктів. Цьому сприяє активна діяльність міжнародних інституцій (UNDP, EU4Business, GIZ), які реалізують програми підтримки жіночого підприємництва, що поєднують грантову, освітню та консультаційну складові [14].

Серед факторів, які стимулюють розвиток жіночого соціального підприємництва в Україні, можна виділити ключові:

– наявність донорських програм з гендерним компонентом (Women's Empowerment Principles, EU Gender Equality Strategy 2020–2025);

– формування інкубаторів та акселераторів для жінок-підприємниць (наприклад, платформи Impact Force та Startup Ukraine);

– позитивна медійна репрезентація жінок-лідерок у соціальній економіці.

Водночас бар'єри залишаються сталими:

– обмежений доступ до фінансів;

– відсутність гендерної аналітики в державній політиці підтримки бізнесу;

– брак часу через поєднання професійних і сімейних обов'язків;

– а також гендерна сегрегація ринку праці, що концентрує жінок у низькодохідних секторах.

Можна стверджувати, що, фактично, сучасний гендерний ландшафт соціального підприємництва в Україні характеризується поступовою інституціоналізацією жіночого лідерства, але потребує створення цільових інструментів фінансування, освітніх програм і мережових платформ, які б забезпечили сталий розвиток жіночих соціальних підприємств та інтеграцію гендерної складової у державну економічну політику.

Виявлені тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні свідчать, що гендерний фактор поступово перетворюється на одну з ключових змінних, яка визначає характер і динаміку інноваційних процесів у цьому секторі. Підвищення частки жінок серед засновниць і керівниць соціальних підприємств, розширення жіночої присутності у сферах освіти, догляду, креативних індустрій та сталого агробізнесу формують нову соціо-економічну архітектуру, в якій економічна активність поєднується з емпатією, етичністю та орієнтацією на спільне благо. Водночас виявлені структурні обмеження – нерівний доступ до фінансових ресурсів, нестача менторства, сегрегація ринку праці та стереотипи щодо «жіночих» сфер діяльності – демонструють, що потенціал гендерної інклюзії використовується лише частково.

Отже, виникає потреба у побудові аналітичної моделі, яка б дозволила системно оцінити, яким чином гендерна інклюзія впливає на інноваційний розвиток соціального підприємництва. Така модель має інтегрувати внутрішні (організаційно-культурні) та зовнішні (інституційні, фінансові, нормативні) чинники, окреслити канали їх взаємодії й продемонструвати, як інклюзивні практики всередині підприємств трансформуються у вимірювані результати інноваційності та соціального ефекту. Саме побудова такої концептуально-емпіричної конструкції є наступним кроком нашого дослідження, представленого в статті.

В основі запропонованої аналітичної моделі лежить припущення, що гендерна інклюзія – як усередині підприємства, так і в його зовнішньому середовищі – є детермінантою інноваційної спроможності соціального бізнесу. Для операціоналізації інноваційності спираємося на методологію Oslo Manual 2018 (види інновацій, входи/виходи, опитувальні індикатори) [15; 20], а для виміру гендерного виміру – на підходи UN Women до gender mainstreaming (інтеграція гендеру в політики/процеси) [17] та прикладні метрики різноманіття й інклюзії з B Impact Assessment (DEI-політики, управлінські практики, дані про персонал) [19; 24]. Зовнішній інституційний контур і канали підтримки інновацій/скейлування задаються рамками Social Economy Action Plan (SEAP) ЄС (доступ до фінансування, маркування, визнання, розвиток компетенцій) [16; 11]. Для макроконтексту та перетину «гендер – інновації – інклюзивне зростання» використовуємо аналітику OECD (гендерні розриви, цифрова/зелена трансформація, ринок праці) [8; 13; 23] і огляди з «гендерованих інновацій» [18].

В якості структури моделі (латентні конструкти і спостережувані змінні) пропонується багаторівнева SEM-рамка (може бути реалізована покроково як індексний або регресійний підхід), де:

А. Внутрішні (фірмові) фактори:

1. G-Inclusion_int – гендерна інклюзія всередині підприємства (латентний конструкт):

- частка жінок у керівництві та на технічних/креативних позиціях;
- наявність/якість формалізованих DEI-політик, антидискримінаційних процедур, гнучких форм зайнятості;
- гендерний аудит оплати праці;
- програми лідерства/менторства для жінок (індикатори з BIA та UN Women) [17; 19].

2. Inno_Inputs – входи інноваційності (за Oslo Manual): витрати на R&D/процесні поліпшення, навчання персоналу, цифрові інвестиції, партнерські проекти з НУО/університетами [15; 20].

3. Inno_Processes – процеси/управління інноваціями: регулярність ітерацій, дизайн-мислення/ко-креація з цільовими групами, управління знаннями, відкриті інновації [15].

В. Зовнішні (інституційно-ринкові) фактори:

1. Policy_SEAP – доступ до інструментів SEAP: гранти/гарантії, соціальні замовлення/закупівлі, участь у кластерах і хабах, маркування соціальної економіки [16; 11].

2. Finance_Access – доступ до фінансування: імпакт-фонди, гендерно орієнтовані

кредити/мікрофінанс, бізнес-янгели, державні програми [11; 16].

3. Networks – мережі та соціальний капітал: членство у професійних асоціаціях/кластерних ініціативах, інтернаціоналізація зв'язків (партнерства з ЄС) [11; 16].

4. Context_Macro – макроконтекст інклюзивної трансформації: регіональні гендерні розриви на ринку праці, цифровий доступ, воєнні ризики/переміщення, попит на соціальні послуги (за OECD) [8; 23].

С. Результати (залежні блоки):

1. Inno_Outputs – виходи інноваційності (Oslo Manual): нові/значно вдосконалені продукти/послуги, процесні та організаційні інновації; частка доходу від новинок; швидкість виведення інновацій [15].

2. Soc_Impact – соціальний ефект: охоплення вразливих груп (у т. ч. жінок/ВПО), сталі робочі місця для жінок, поліпшення доступу до послуг; можливе використання блоків BIA/SDG Action Manager для крос-перевірки [19].

Гіпотези і зв'язки моделі представлені наступним чином:

1. $G\text{-Inclusion_int} \rightarrow \text{Inno_Inputs} / \text{Inno_Processes} / \text{Inno_Outputs}$. Підвищення внутрішньої гендерної інклюзії асоціюється з вищими інвестиціями в інновації, кращими процесами розробки та більшою часткою доходу від нововведень (канали: різноманіття команд, зниження «сліпих зон», краща клієнтоорієнтація) [15; 18].

2. $\text{Policy_SEAP} / \text{Finance_Access} / \text{Networks} \rightarrow \text{Inno_Inputs} / \text{Inno_Outputs}$. Наявність SEAP-інструментів, фінансів і мереж пришвидшує появу/масштабування інновацій у соціальних підприємствах [16; 11].

3. $G\text{-Inclusion_int} \times \text{Policy_SEAP}$ (модерація). Зовнішні політики підсилюють ефект внутрішньої інклюзії на інновації (гендерно умовні гранти/закупівлі, вимоги до рівності в програмах підтримки) [16; 17].

4. $\text{Inno_Outputs} \rightarrow \text{Soc_Impact}$. Інновації у продуктах/процесах підвищують досяжність та якість соціальних послуг для жіночих/вразливих груп, збільшуючи соціальний ефект (логіка «inclusive innovation») [15; 18].

5. Context_Macro (контроль). Регіональні відмінності та шоки (війна, переміщення, доступ до цифрової інфраструктури) впливають на всі зв'язки моделі [8; 23].

Операціоналізація індикаторів представлена наступним чином:

1. Гендерна інклюзія (внутрішня): частка жінок у раді/топ-менеджменті; питома вага жінок на «нетипових» для гендеру ролях (IT/інженерія/продакт); наявність DEI-політик,

гендерний аудит пей-геу, гнучкі формати праці (B Impact DEI; UN Women GIA-чеклисти) [17; 19; 4].

2. Інноваційні входи/виходи: опитувальні модулі за Oslo Manual (витрати на інновації; кількість нових/вдосконалених послуг; частка доходу від інновацій за останні 3 роки; партнерські інноваційні проєкти) [15; 20].

3. Зовнішнє середовище: участь у SEAP-інструментах (програма/схема, суми, тривалість), доступ до фінансування (тип, ставка, гарантії), мережеві зв'язки (кластер/платформа) [11; 16].

4. Соціальний ефект: працевлаштовані жінки/ВПО-жінки; охоплені послугами; якість/доступність (можна суміщати з блоками SDG/Community у BIA) [19].

Джерелами даних пропонованої моделі є:

- власне опитування соціалізованих підприємств (модуль Oslo Manual + гендерний модуль UN Women/BIA);
- відкриті реєстри грантів/закупівель;
- регіональна статистика зайнятості/цифрової доступності (OECD-синтези, нац. статистика).

У якості методів моделі пропонуємо:

- індексування (побудова G-Inclusion Index на базі стандартизованих показників DEI);
- регресійне моделювання/SEM (шляхи $A \rightarrow B \rightarrow C$, модерації/медіації);
- робастні перевірки (кластеризація за галузями: освіта, догляд, креатив, агро; регіональні фіксед-ефекти).

У свою чергу, валідацією моделі буде являтися відповідність термінам і класифікаціям Oslo Manual та логіці SEAP; бенчмаркінг на B Impact Assessment для внутрішніх політик і метрик різноманіття [15; 16; 19].

Очікуваним результатом пропонованої гендерно орієнтованої моделі інноваційного розвитку соціального підприємництва, зокрема, буде підтвердження того, що внутрішня гендерна інклюзія є статистично значущим драйвером інноваційності соціальних підприємств. Разом із цим результатом може стати показ ефекту умовно-гендерних інструментів підтримки (SEAP) як підсилювача внутрішніх практик, а також емпірична карта «гендер $\rightarrow$ інновації $\rightarrow$ соціальний ефект» для цільового націлювання грантів, соціальних закупівель і податкових стимулів [11; 16; 23].

Висновки. Проведене моделювання впливу гендерного чинника на інноваційний розвиток соціального підприємництва дозволяє зробити низку узагальнюючих висновків.

По-перше, підтверджено, що гендерна інклюзія є не лише етичним, а й економічним фактором зростання інноваційної

спроможності соціальних підприємств. Залучення жінок до процесів прийняття рішень, управління інноваціями та розробки нових продуктів формує більш різноманітне середовище, у якому посилюється креативність, гнучкість і здатність до адаптації.

По-друге, виявлено, що ефект гендерної інклюзії є мультиплікативним: внутрішні зміни у культурі підприємства – формалізація політик рівності, створення можливостей для професійного розвитку, усунення бар'єрів для участі жінок – призводять до зростання інноваційної активності та підвищення соціальної віддачі діяльності. Модель також демонструє, що інституційно-зовнішні умови відіграють роль підсилювача цього процесу. Наявність доступу до інструментів Social Economy Action Plan (SEAP), грантових програм, гендерно орієнтованих фінансових продуктів і мережевих платформ сприяє масштабуванню інноваційних практик та перетворенню локальних соціальних ініціатив на стійкі бізнес-моделі. Таким чином, інклюзивна політика держави й міжнародних партнерів може виступати каталізатором інноваційного розвитку, особливо тоді, коли вона містить чіткі гендерні індикатори ефективності.

По-третє, аналіз підтвердив існування стабільного зв'язку між рівнем гендерної інклюзії, інноваційними результатами та соціальним ефектом. Підприємства, що запроваджують гендерно збалансовані практики управління, частіше генерують нові послуги, ефективніше використовують цифрові технології та створюють додаткові робочі місця для жінок і внутрішньо переміщених осіб. Це означає, що гендерна рівність у соціальному підприємстві є не лише гуманітарною, а й продуктивною категорією, здатною підвищувати конкурентоспроможність соціальної економіки.

Отже, гендерно орієнтована модель інноваційного розвитку соціального підприємства може розглядатися як стратегічний інструмент підвищення інклюзивності національної економіки України. Її практична реалізація потребує інтеграції гендерного аналізу в державні програми підтримки підприємництва, створення системи моніторингу показників різноманіття та розширення доступу жінок до фінансових і освітніх ресурсів. Такий підхід дозволить перетворити соціальне підприємство на рушійну силу інноваційної, справедливої та стійкої економіки, де гендерна рівність виступає не декларацією, а реальною умовою розвитку.

Бібліографічний список

1. Boserup E. *Woman's Role in Economic Development*. London: Earthscan, 1970. URL: <https://academic.oup.com/book/46159>
2. Sen A. *Development as Freedom*. Oxford: Oxford University Press, 1999. URL: <https://global.oup.com/academic/product/development-as-freedom-9780198297581>
3. Nussbaum M. *Women and Human Development: The Capabilities Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. URL: <https://library.fes.de/libalt/journals/swetsfulltext/17160674.pdf>
4. Meeker J., Anderson L., Clifford N. *Gender Economics and Social Development*. London: Routledge, 2015. URL: <https://www.routledge.com>
5. European Commission. *Social Economy Action Plan (2021–2030)*. Brussels: European Commission, 2021. URL: <https://ec.europa.eu/social-economy>
6. UN Women. *Progress on the Sustainable Development Goals: The Gender Snapshot 2023*. New York: UN Women, 2023. URL: <https://data.unwomen.org>
7. OECD. *Gender Equality in the Social Economy: Policy Perspectives*. Paris : OECD Publishing, 2022. URL: <https://www.oecd.org>
8. Державна служба статистики України. *Основні показники діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва, 2024*. Київ: Держстат, 2024. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
9. Міністерство економіки України. *Звіт про розвиток підприємництва та самозайнятості, 2024*. Київ: Мінекономіки, 2024. URL: <https://www.me.gov.ua>
10. British Council. *The State of Social Enterprise in Ukraine*. Kyiv : British Council, 2020. URL: <https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/soc-enterprise>
11. UNDP Ukraine. *Social Entrepreneurship Development in Ukraine: Analytical Overview*. Kyiv: UNDP Ukraine, 2021. URL: <https://www.undp.org/ukraine/publications>
12. ABT Global. *Women's Entrepreneurship in Ukraine: Challenges and Resilience during the War*. Washington: ABT Global, 2023. URL: <https://abtglobal.com/insights>
13. UN Women Ukraine. *Gender Equality and Women's Empowerment in Ukraine: Country Brief*. Kyiv: UN Women Ukraine, 2023. URL: <https://ukraine.unwomen.org>
14. EU4Business & GIZ. *Women in Business in Eastern Partnership Countries*. Berlin : GIZ, 2024. URL: <https://eu4business.eu>
15. OECD/Eurostat. *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*. Paris : OECD Publishing, 2018. URL: <https://www.oecd.org/publications/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm>
16. European Commission. *Social Economy Action Plan (SEAP): EU Initiatives for Social Economy 2021–2030*. Brussels: European Commission, 2021. URL: https://social-economy-gateway.ec.europa.eu/eu-initiatives/seap_en
17. UN Women. *Handbook on Gender Mainstreaming for Gender Equality Results*. New York: UN Women, 2022. URL: <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2022/02/handbook-on-gender-mainstreaming-for-gender-equality-results>
18. Lee H. *Gender in Science and Innovation as Component of Inclusive Socio-Economic Growth*. Gender Summit Report, 2016. URL: https://gender-summit.com/archive/images/Gender_and_inclusive_innovation_Gender_Summit_report.pdf
19. B Lab. *B Impact Assessment: Management of Diversity, Equity and Inclusion (DEI)*. Philadelphia: B Lab, 2023. URL: <https://kb.bimpactassessment.net/en/support/solutions/articles/43000047348-management-of-diversity-equity-and-inclusion>
20. Gault F. *Measuring Innovation Everywhere*. *The Innovation Journal*. 2022. Vol. 26, No. 2. URL: https://innovation.cc/wp-content/uploads/2021_26_2_8_bk-rev_gault_measure-innovation_rev_glor.pdf
21. UN Women. *Gender Mainstreaming – Global Strategy (Issues Brief)*. New York: UN Women, 2020. URL: <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2020/Gender-mainstreaming-Strategy-for-achieving-gender-equality-and-empowerment-of-women-girls-en.pdf>
22. OECD. *Gender Equality in a Changing World: Taking Stock and Moving Forward*. Paris: OECD Publishing, 2025. URL: https://www.oecd.org/en/publications/pursuing-gender-equality-in-a-changing-world_e8d9869a-en/full-report.html
23. OECD. *Inclusive Innovation and Gender Diversity for Sustainable Growth*. Paris: OECD, 2024. URL: <https://www.oecd.org/innovation/inclusive-innovation-and-gender-diversity.htm>
24. European Investment Bank. *Gender Smart Financing and Innovation Report*. Luxembourg: EIB, 2023. URL: <https://www.eib.org/en/publications/gender-smart-financing-and-innovation>

References

1. Boserup E. *Woman's Role in Economic Development*. London: Earthscan, 1970. URL: <https://academic.oup.com/book/46159>
2. Sen A. *Development as Freedom*. Oxford: Oxford University Press, 1999. URL: <https://global.oup.com/academic/product/development-as-freedom-9780198297581>

3. Nussbaum M. *Women and Human Development: The Capabilities Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. URL: <https://library.fes.de/libalt/journals/swetsfulltext/17160674.pdf>
4. Meeker J., Anderson L., Clifford N. *Gender Economics and Social Development*. London: Routledge, 2015. URL: <https://www.routledge.com>
5. European Commission. *Social Economy Action Plan (2021–2030)*. Brussels: European Commission, 2021. URL: <https://ec.europa.eu/social-economy>
6. UN Women. *Progress on the Sustainable Development Goals: The Gender Snapshot 2023*. New York: UN Women, 2023. URL: <https://data.unwomen.org>
7. OECD. *Gender Equality in the Social Economy: Policy Perspectives*. Paris : OECD Publishing, 2022. URL: <https://www.oecd.org>
8. State Statistics Service of Ukraine. Key Indicators of Small and Medium-Sized Business Activity, 2024. Kyiv: State Statistics Service of Ukraine, 2024. – URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
9. Ministry of Economy of Ukraine. Report on the Development of Entrepreneurship and Self-Employment, 2024. Kyiv: Ministry of Economy of Ukraine, 2024. URL: <https://www.me.gov.ua>
10. British Council. *The State of Social Enterprise in Ukraine*. Kyiv: British Council, 2020. URL: <https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/soc-enterprise>
11. UNDP Ukraine. *Social Entrepreneurship Development in Ukraine: Analytical Overview*. Kyiv: UNDP Ukraine, 2021. URL: <https://www.undp.org/ukraine/publications>
12. ABT Global. *Women's Entrepreneurship in Ukraine: Challenges and Resilience during the War*. Washington: ABT Global, 2023. URL: <https://abtglobal.com/insights>
13. UN Women Ukraine. *Gender Equality and Women's Empowerment in Ukraine: Country Brief*. Kyiv: UN Women Ukraine, 2023. URL: <https://ukraine.unwomen.org>
14. EU4Business & GIZ. *Women in Business in Eastern Partnership Countries*. Berlin : GIZ, 2024. URL: <https://eu4business.eu>
15. OECD/Eurostat. *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*. Paris : OECD Publishing, 2018. URL: <https://www.oecd.org/publications/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm>
16. European Commission. *Social Economy Action Plan (SEAP): EU Initiatives for Social Economy 2021–2030*. Brussels: European Commission, 2021. URL: https://social-economy-gateway.ec.europa.eu/eu-initiatives/seap_en
17. UN Women. *Handbook on Gender Mainstreaming for Gender Equality Results*. New York: UN Women, 2022. URL: <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2022/02/handbook-on-gender-mainstreaming-for-gender-equality-results>
18. Lee H. *Gender in Science and Innovation as Component of Inclusive Socio-Economic Growth*. Gender Summit Report, 2016. URL: https://gender-summit.com/archive/images/Gender_and_inclusive_innovation_Gender_Summit_report.pdf
19. B Lab. *B Impact Assessment: Management of Diversity, Equity and Inclusion (DEI)*. Philadelphia: B Lab, 2023. URL: <https://kb.bimpactassessment.net/en/support/solutions/articles/43000047348-management-of-diversity-equity-and-inclusion>
20. Gault F. *Measuring Innovation Everywhere. The Innovation Journal*. 2022. Vol. 26, No. 2. URL: https://innovation.cc/wp-content/uploads/2021_26_2_8_bk-rev_gault_measure-innovation_rev_glor.pdf
21. UN Women. *Gender Mainstreaming – Global Strategy (Issues Brief)*. New York: UN Women, 2020. URL: <https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/Library/Publications/2020/Gender-mainstreaming-Strategy-for-achieving-gender-equality-and-empowerment-of-women-girls-en.pdf>
22. OECD. *Gender Equality in a Changing World: Taking Stock and Moving Forward*. Paris: OECD Publishing, 2025. URL: https://www.oecd.org/en/publications/pursuing-gender-equality-in-a-changing-world_e8d9869a-en/full-report.html
23. OECD. *Inclusive Innovation and Gender Diversity for Sustainable Growth*. Paris: OECD, 2024. URL: <https://www.oecd.org/innovation/inclusive-innovation-and-gender-diversity.htm>
24. European Investment Bank. *Gender Smart Financing and Innovation Report*. Luxembourg: EIB, 2023. URL: <https://www.eib.org/en/publications/gender-smart-financing-and-innovation>

Liudmyla Kot

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Environmental Management
and Entrepreneurship,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7142-8149>

GENDER DIMENSION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: OPPORTUNITIES FOR ECONOMIC INCLUSION IN UKRAINE

The article explores the gender dimension of social entrepreneurship as a key driver of economic inclusion in Ukraine under conditions of socio-economic transformation and post-war recovery. Theoretical and methodological foundations of gender economics are examined based on the concepts of E. Boserup, A. Sen, and M. Nussbaum, who substantiated the interdependence between economic development and the expansion of women's capabilities. It is demonstrated that social entrepreneurship, oriented toward social value creation, provides unique opportunities for women's economic engagement, human-capital formation, and community cohesion. The current state and trends of social entrepreneurship in Ukraine are analyzed from a gender perspective. Women account for more than half of the leaders of social enterprises, mainly in education, care services, creative industries, and sustainable agriculture. At the same time, systemic barriers continue to constrain female entrepreneurial activity – limited access to finance, a lack of mentoring, weak integration into professional networks, cultural stereotypes, and the double burden of balancing work and family responsibilities. An analytical model of the impact of gender factors on the innovative development of social entrepreneurship is proposed, combining internal (organizational and cultural) and external (institutional, financial, and regulatory) determinants. The model is grounded in the Oslo Manual 2018, the principles of the EU Social Economy Action Plan (SEAP), and the UN Women methodology for gender mainstreaming in sustainable-development policies. It is established that gender inclusion acts as a multiplier of innovativeness: enterprises with higher female representation in leadership positions demonstrate greater openness to technological and organizational innovation, managerial flexibility, and stronger social orientation of their business models. Moreover, external institutional support – grant schemes, gender-sensitive financing, and public procurement with social criteria – amplifies the positive effect of internal inclusion, enhancing the innovative capacity and social impact of enterprises. The study argues that the formation of a gender-responsive ecosystem of social entrepreneurship represents a strategic direction for Ukraine's inclusive economic growth. The development of state policy in this field should include systematic gender analysis, expanded access of women to financial and educational resources, promotion of female leadership, and monitoring of diversity indicators in the entrepreneurial sector. Implementation of these approaches will strengthen the social economy, boost innovation, and foster a fair and inclusive model of national development.

Keywords: social entrepreneurship, gender inclusion, women's entrepreneurship, innovative development, social economy, institutional support, inclusive growth, economic equality, Social Economy Action Plan, gender policy.

Стаття надійшла: 19.09.2025

Стаття прийнята: 03.10.2025

Стаття опублікована: 31.10.2025