

DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2025-89-12>
УДК 330.342:338.242

Другова О.С.

доктор економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Druhova Olena

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

СОЦІАЛЬНИЙ ІМПАКТ БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

SOCIAL IMPACT OF BUSINESS AS A FACTOR IN THE FORMATION OF ENTERPRISE COMPETITIVE ADVANTAGES

У статті досліджено соціальний імпакт бізнесу як фактор формування конкурентних переваг підприємств. Проаналізовано сучасні підходи до оцінки соціального впливу та його значення у зміцненні репутації, підвищенні лояльності клієнтів і залученні інвестицій. Особлива увага приділена інтеграції ESG-принципів у бізнес-моделі компаній, що сприяє довгостроковій стійкості та оптимізації витрат. Визначено роль партнерств із громадськими організаціями та державними структурами у реалізації соціально відповідальних ініціатив. Обґрунтовано необхідність впровадження системи моніторингу та звітності соціального імпаку, що забезпечує прозорість корпоративної діяльності. Запропоновано ефективні підходи до комунікації соціальної відповідальності підприємств через маркетингові кампанії, звіти та цифрові ресурси. Доведено, що соціальний імпакт є стратегічним чинником підвищення конкурентоспроможності компаній у сучасних ринкових умовах.

Ключові слова: соціальний імпакт, конкурентні переваги, корпоративна соціальна відповідальність, сталість, бізнес-стратегія, стратегічний розвиток, сталий бізнес.

The article examines the social impact of business as a key factor in shaping the competitive advantages of enterprises. The study analyzes modern approaches to assessing social impact and its role in strengthening corporate reputation, increasing customer loyalty, and attracting investment. Particular attention is paid to integrating ESG (Environmental, Social, Governance) principles into business models, contributing to long-term sustainability, operational efficiency, and cost optimization. The research highlights the importance of partnerships between enterprises, public organizations, and governmental institutions in implementing socially responsible initiatives. The article emphasizes the necessity of introducing a comprehensive monitoring and reporting system to evaluate the effectiveness of social impact initiatives and ensure corporate transparency. The study also explores communication strategies for promoting corporate social responsibility through marketing campaigns, sustainability reports, and digital media. The findings confirm that social impact is a strategic element in enhancing the competitiveness of enterprises, enabling them to build strong stakeholder relationships, adapt to market expectations, and ensure sustainable development in a rapidly changing global business environment. Additionally, the research outlines key challenges enterprises face when incorporating social impact into their corporate strategies and provides recommendations for overcoming barriers to effective ESG integration. The results demonstrate that businesses that successfully implement social responsibility principles gain a positive reputation and tangible economic benefits, improved risk management, and access to sustainable investment opportunities. The study further explores how enterprises can leverage social impact to differentiate themselves in the market, improve employee engagement, and foster innovation. Moreover, it assesses the role of social impact in strengthening regulatory compliance and meeting the growing expectations of socially conscious consumers and investors. The article underlines the transformative potential of ESG-driven business models in enhancing corporate resilience and fostering economic growth. The research highlights that social impact is no longer merely an auxiliary aspect of corporate operations but a fundamental component of long-term strategic planning, essential for maintaining market leadership and securing future profitability in an increasingly sustainability-driven economic environment.

Keywords: social impact, competitive advantage, corporate social responsibility, sustainability, business strategy, strategic development, sustainable business.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та зростаючої соціальної відповідальності бізнесу важливим фактором формування конкурентних переваг підприємства є його соціальний імпакт. Традиційні підходи до оцінки кон-

курентоспроможності, що базуються виключно на економічних та ринкових чинниках, поступово втрачають актуальність. Споживачі, інвестори та суспільство вимагають від підприємств не лише ефективності та прибутковості, а й соціальної від-

повідальності, екологічної стійкості та прозорості діяльності.

Однак, на практиці підприємства часто стикаються з проблемою вимірювання та управління соціальним імпаком. Відсутність єдиної методології оцінки соціального впливу, розбіжності у підходах до його інтеграції в бізнес-стратегію, а також недостатня розвиненість інструментів моніторингу та звітності ускладнюють процес прийняття управлінських рішень. Крім того, залишається відкритим питання про те, яким чином соціальний імпакт може стати джерелом стійких конкурентних переваг підприємства.

Враховуючи вищезазначене, актуальним є дослідження механізмів формування конкурентних переваг підприємств на основі їх соціального імпаку, що дозволить визначити оптимальні підходи до інтеграції соціальної відповідальності в корпоративну стратегію та розробити практичні рекомендації щодо підвищення ефективності бізнесу в умовах сучасних ринкових викликів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних наукових дослідженнях Скоробогатової Н. та Дорошенка О.І. [1], Панченко В.П. [2], Швиданенко О. [3], Бочарова Ю.Г. та Шерстюк К.О. [4] імпакт-інвестування та соціальний вплив бізнесу розглядаються як важливі інструменти забезпечення сталого розвитку підприємств. Їх дослідження фокусуються на світовому досвіді імпакт-інвестування та можливостях його впровадження в Україні. Ломачинська І.А. [5], Пластун О., Артеменко А. та Михайлов Д. [13], Семененко І.М. [12], Сич О. [16], Завадських Г.М. [14] пропонують концептуальні підходи до визначення сутності імпакт-інвестицій та розглядають їх як ключовий інструмент трансформації економічних відносин. Не зважаючи на значні розробки, досить є низка невирішених проблем, зокрема відсутнє визначення ефективних механізмів імплементації імпакт-інвестицій у корпоративні стратегії підприємств, з урахуванням міжнародного досвіду та особливостей національного економічного середовища.

Метою статті є дослідження впливу соціального імпаку бізнесу на формування конкурентних переваг підприємства та обґрунтування ефективних підходів до інтеграції соціальної відповідальності у стратегію розвитку компаній

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах розвитку бізнесу соціальна відповідальність підприємств стає не лише етичним імперативом, а й важливим фактором формування конкурентних переваг. Споживачі, інвестори та регуляторні органи все більше звертають увагу на соціальний імпакт компаній, що змушує підприємства змінювати традиційні бізнес-моделі та інтегрувати соціальні ініціативи у свої

стратегії розвитку. Сучасні бізнес-моделі трансформуються у відповідь на зміну суспільних очікувань і зростаючу роль соціальної відповідальності. Підприємства, що впроваджують стратегії соціального імпаку, не лише виконують свої зобов'язання перед суспільством, а й отримують додаткові конкурентні переваги [1; 2]. Соціально відповідальні підприємства мають вищий рівень довіри серед споживачів, легший доступ до інвестицій і підвищену привабливість для кваліфікованих кадрів.

Соціальний імпакт бізнесу — це сукупність позитивних змін, які компанія створює в суспільстві через свою діяльність, соціальні ініціативи та корпоративну соціальну відповідальність (КСВ). Він охоплює аспекти сталого розвитку, екологічної безпеки, соціальної інклюзії, підтримки громад та розвитку людського капіталу.

Згідно з підходами світових організацій, таких як ООН, Всесвітній економічний форум (WEF) та Глобальний договір ООН, соціальний імпакт є стратегічним елементом сталого розвитку підприємств та сприяє зміцненню їхньої репутації, підвищенню лояльності клієнтів і залученню інвестицій.

Організація Об'єднаних Націй (ООН) визначила 17 Цілей сталого розвитку (Sustainable Development Goals, SDGs), які мають на меті вирішення глобальних соціальних, економічних та екологічних проблем до 2030 року. Бізнес-структури відіграють ключову роль у досягненні цих цілей, адже підприємства можуть зменшувати негативний вплив на навколишнє середовище, підтримувати гідні умови праці, сприяти економічному зростанню та розвивати місцеві громади [4–6].

Зокрема, підприємства можуть сприяти таким цілям:

Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання – створення робочих місць, забезпечення справедливої оплати праці, підтримка прав працівників.

Ціль 9. Індустріалізація, інновації та інфраструктура – розвиток стійких бізнес-моделей, інвестування в інновації.

Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво – мінімізація відходів, використання екологічно чистих технологій.

Ціль 13. Боротьба зі зміною клімату – зменшення викидів CO₂, розвиток «зелених» технологій.

ООН також підтримує бізнеси через Глобальний договір ООН (United Nations Global Compact, UNGC), що є найбільшою у світі ініціативою корпоративної соціальної відповідальності. Понад 15 000 компаній із 160+ країн приєдналися до цього договору, впроваджуючи принципи сталого розвитку у свою діяльність (рис. 1).

Всесвітній економічний форум (WEF) активно просуває концепцію ESG (Environmental, Social,



Рис. 1. Динаміка приєднання компаній до Глобального договору ООН

Джерело: побудовано автором на основі [10]

Governance), яка оцінює ефективність компаній за трьома основними напрямками:

- Е (екологічні фактори): зменшення викидів парникових газів, ефективне використання ресурсів, управління відходами.

- S (соціальні фактори): умови праці, рівність можливостей, захист прав людини, корпоративна соціальна відповідальність.

- G (управлінські фактори): прозорість, етичне управління, дотримання корпоративних норм і стандартів.

Аналіз показує, що найбільший вплив має фактор репутації, рівень якого становить 90% (рис. 2). Це свідчить про значну роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні позитивного іміджу підприємства та зміцненні довіри серед клієнтів, партнерів та інвесторів.

Лояльність споживачів займає друге місце з показником 85%, що підтверджує важливість ESG-ініціатив у підвищенні споживчої довіри та формуванні стійкої клієнтської бази. Доступ до інвестицій також є вагомим чинником, рівень впливу якого становить 80%, оскільки підприємства з високими ESG-показниками отримують кращі умови фінансування та залучення капіталу. Зниження витрат досягає рівня 75%, що пояснюється впровадженням екологічних та соціальних ініціатив, які сприяють оптимізації ресурсів і підвищенню ефективності операційної діяльності. Найнижчий рівень впливу має фактор інновацій, що складає 70%, однак він залишається ключовим для довгострокового розвитку підприємств, оскільки ESG-стратегії стимулюють впровадження новітніх технологій та створення стійких бізнес-моделей. Загалом рисунок підтверджує, що

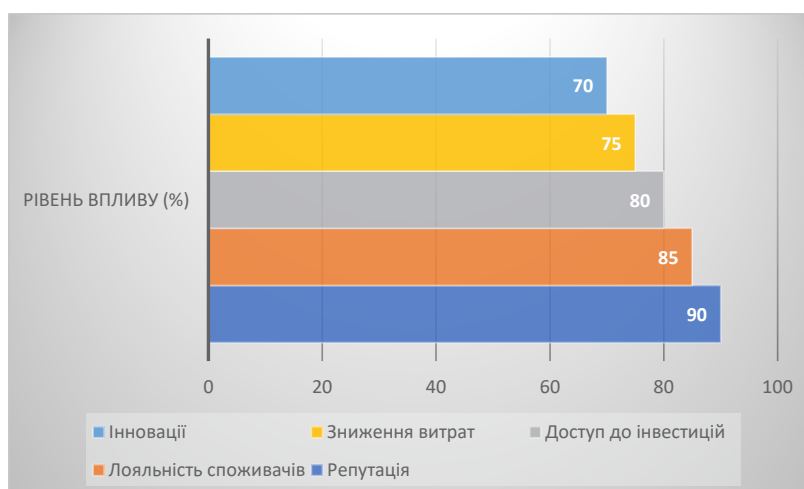


Рис. 2. Вплив ESG на конкурентоспроможність підприємств

Джерело: побудовано автором на основі [9; 10]

інтеграція ESG-принципів позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємств, сприяючи підвищенню їхньої ринкової стійкості та стратегічного розвитку.

Аналіз розподілу ESG-інвестицій у світі, відображає відсоткову частку кожного регіону у загальному обсязі відповідального фінансування (рис. 3). Загалом рисунок ілюструє значну нерівномірність розподілу ESG-інвестицій між регіонами, що пояснюється рівнем економічного розвитку, наявністю регуляторних стимулів та активністю інституційних інвесторів у конкретних країнах.

Найбільша частка інвестицій припадає на Північну Америку (40%), що свідчить про високу зацікавленість інвесторів у впровадженні екологічних, соціальних та управлінських стандартів у цьому регіоні. Європа (35%) займає друге місце, що підтверджує її лідерство у сфері ESG-фінансування, зумовлене жорсткими регуляторними вимогами та політичними ініціативами щодо сталого розвитку.

Азія (15%) демонструє помітний рівень залучення до ESG-інвестицій, що пояснюється актив-

ним розвитком технологічного сектору, «зелених» ініціатив та фінансової підтримки з боку урядів азійських країн. Частка Латинської Америки (7%) є відносно меншою, що може бути зумовлено обмеженим доступом до міжнародних інвестиційних ресурсів та менш розвиненою ринковою інфраструктурою.

Найменшу частку у загальному розподілі займає Африка (3%), що свідчить про недостатню інтеграцію регіону в глобальні фінансові ринки ESG-інвестицій. Це може бути пов'язано з нестабільними економічними умовами, слабкими регуляторними механізмами та обмеженою участю міжнародних інвесторів у проєктах сталого розвитку.

Згідно з дослідженнями Porter & Kramer (2011) [8], інтеграція соціального імпаكتу в бізнес-стратегію сприяє створенню спільної цінності (Shared Value), що дозволяє одночасно підвищувати прибутковість підприємства та сприяти вирішенню соціальних проблем. Основні шляхи впливу соціального імпаكتу на конкурентні переваги представлено на рис. 4:

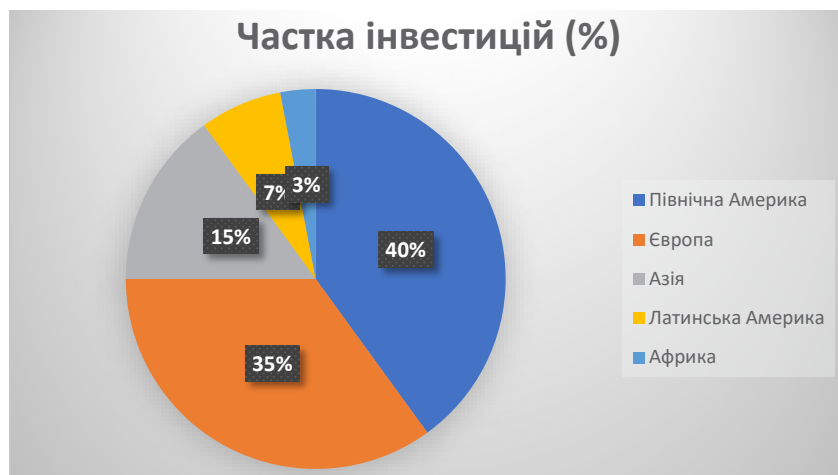


Рис. 3. Розподіл ESG-інвестицій у світі

Джерело: побудовано автором на основі [9; 10]

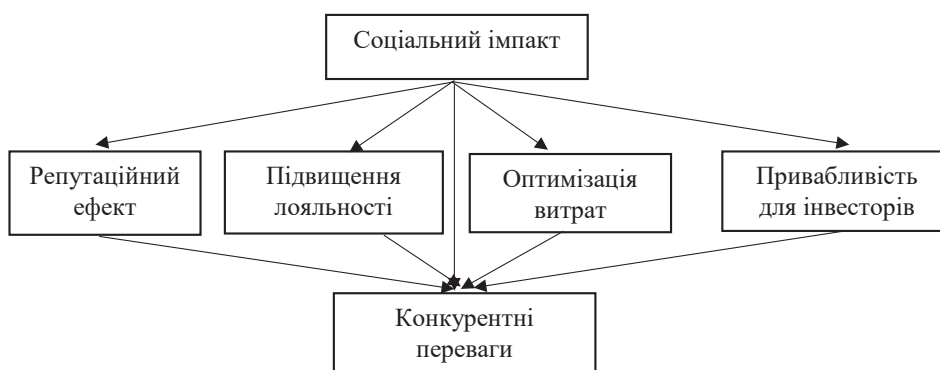


Рис. 4. Вплив соціального імпаكتу на конкурентні переваги підприємств

Джерело: сформовано автором

Підприємства, які дотримуються високих соціальних стандартів, формують довіру серед клієнтів та інвесторів, що сприяє зміцненню їхнього ринкового іміджу та покращенню конкурентних позицій. Соціальна відповідальність підприємств позитивно впливає на поведінку споживачів, які частіше обирають бренди, що демонструють відповідальне ставлення до суспільства та навколишнього середовища. Впровадження сталих бізнес-моделей, зокрема використання енергоефективних технологій та екологічних інновацій, дозволяє підприємствам зменшити операційні витрати, підвищити ефективність виробництва та покращити фінансові результати. Дотримання принципів ESG сприяє залученню додаткового капіталу, оскільки відповідальні підприємства є більш привабливими для інвесторів, які орієнтуються на довгострокову стабільність та відповідність екологічним і соціальним критеріям [11, с. 165].

Оцінка та управління соціальним імпаکتом підприємств ґрунтується на використанні комплексного підходу, що включає кількісні та якісні методи аналізу. Визначення рівня соціального впливу вимагає застосування метрик ESG, які оцінюють екологічні, соціальні та управлінські аспекти діяльності підприємства. Застосування методології Social Return on Investment дозволяє трансформувати соціальні ефекти у фінансові показники, що сприяє об'єктивному вимірюванню ефективності соціальних ініціатив. Глобальні стандарти звітності, зокрема GRI та SASB, використовуються для забезпечення прозорості та систематизації соціальної звітності підприємств. Використання аналітичних платформ для обробки великих даних сприяє точнішому прогнозуванню соціального імпакту та вдосконаленню стратегічного планування. Інструменти нефінансової звітності дозволяють оцінити ефективність корпоративної соціальної відповідальності через розробку інтегрованих звітів. Кореляційний аналіз між соціальними ініціативами та фінансовими результатами підприємства забезпечує обґрунтування інвестицій у стійкий розвиток. Впровадження цифрових технологій, включаючи блокчейн та штучний інтелект, дозволяє підвищити точність моніторингу впливу та посилити контроль за відповідністю нормативним вимогам. Використання індикаторів впливу дозволяє оцінити довгострокові ефекти соціальних програм та адаптувати корпоративні стратегії до змін ринкового середовища. Моделювання сценаріїв розвитку соціальних ініціатив сприяє визначенню оптимальних варіантів управлінських рішень для максимізації позитивного впливу. Включення соціального імпакту у систему управління ризиками дозволяє підприємствам формувати стійкі бізнес-моделі [12, с. 4-8]. Оцінка соціального капіталу підприємства ґрунтується на аналізі рівня взаємодії із зацікавленими сторонами,

що впливає на довгострокову стійкість підприємства. Використання методів кейс-аналізу дозволяє оцінити ефективність реалізованих стратегій та визначити найкращі практики в управлінні соціальним імпаکتom. Формування комплексної системи моніторингу соціального впливу забезпечує стратегічну адаптивність підприємств у контексті глобальних викликів сталого розвитку.

На основі аналізу можна запропонувати декілька підходів до впровадження соціального імпакту в корпоративну стратегію. Для ефективного впровадження соціального імпакту в корпоративну стратегію необхідно почати з визначення ключових соціальних ініціатив, що найбільшою мірою відповідають місії та цінностям підприємства. Це може включати такі аспекти, як підтримка освіти, охорона навколишнього середовища, сприяння гендерній рівності, розвиток місцевих громад або соціальне підприємництво [13]. Підприємства повинні провести аналіз актуальних соціальних викликів, а також оцінити власні ресурси та можливості для їх вирішення.

Визначення пріоритетних соціальних ініціатив також потребує взаємодії з основними стейкхолдерами: працівниками, клієнтами, партнерами, інвесторами та місцевими громадами. Цей підхід сприятиме ефективнішій адаптації соціальних проєктів до реальних потреб суспільства та забезпечить кращу інтеграцію соціальних аспектів у бізнес-стратегію підприємства. Крім того, підприємства можуть використовувати аналіз матеріальності, щоб виявити найбільш значущі аспекти соціального впливу, які впливають як на їхню діяльність, так і на зацікавлені сторони.

Одним із ключових кроків у впровадженні соціального імпакту є інтеграція принципів ESG у бізнес-модель компанії. Це передбачає застосування сталих методів виробництва, запровадження політик корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та дотримання стандартів етичного ведення бізнесу. ESG-принципи сприяють підвищенню довіри серед інвесторів і споживачів, зниженню ризиків та забезпеченню довгострокової стійкості підприємства.

Ефективна інтеграція ESG-принципів передбачає впровадження екологічних стандартів, таких як мінімізація шкідливих викидів, управління відходами та енергоефективність. Соціальна складова включає забезпечення гідних умов праці, сприяння рівності та інклюзії, а також впровадження програм корпоративного волонтерства. Водночас управлінський компонент (Governance) передбачає дотримання прозорих процедур прийняття рішень, антикорупційних політик та стандартів відповідального управління підприємством [14, с. 68–70].

Також для оцінки ефективності соціального імпакту необхідно впровадити систему моніторингу

та звітності, яка дозволить відстежувати динаміку змін та коригувати корпоративну стратегію відповідно до отриманих результатів. Це може включати розробку ключових показників ефективності (КПІ), які відображатимуть досягнення у сфері соціальної відповідальності, наприклад рівень зайнятості, вплив на місцеві громади, кількість реалізованих соціальних проєктів або обсяг зекономлених природних ресурсів.

Одним із ефективних інструментів для оцінки соціального впливу є методологія Social Return on Investment (SROI), яка дозволяє конвертувати соціальні результати в економічні показники. Крім того, підприємства можуть використовувати стандарти звітності Global Reporting Initiative (GRI), які сприяють підвищенню прозорості та узгодженню соціальних ініціатив із міжнародними вимогами. Важливим аспектом також є залучення незалежних аудиторів або консультантів для об'єктивної оцінки ефективності соціальних ініціатив підприємства.

Співпраця з громадськими організаціями, державними установами та міжнародними фондами є важливим елементом ефективного впровадження соціального імпаку. Такі партнерства дозволяють об'єднати ресурси, експертизу та досвід різних зацікавлених сторін для досягнення більш значущих соціальних змін.

Створення стратегічних альянсів між бізнесом та громадськими організаціями сприяє реалізації масштабних проєктів у сфері охорони здоров'я, освіти, соціальної інклюзії та екологічної відповідальності. Наприклад, спільні програми з урядом можуть передбачати впровадження соціальних інновацій у системі освіти або підтримку малого підприємництва через фінансові інструменти. Крім того, партнерства з місцевими органами влади дозволяють адаптувати корпоративні соціальні ініціативи до регіональних потреб, що підвищує ефективність реалізованих заходів [6, 15].

Комунікація соціального імпаку є важливим інструментом формування позитивного іміджу підприємства та зміцнення довіри серед зацікавлених

сторін. Відкрите інформування про соціальні ініціативи підприємства допомагає залучати нових партнерів, інвесторів і клієнтів, які підтримують сталий розвиток.

Ефективні комунікаційні стратегії включають публікацію нефінансових звітів, проведення тематичних форумів та конференцій, активну присутність у соціальних мережах, а також використання цифрових платформ для демонстрації соціального впливу. Наприклад, підприємства можуть впроваджувати інтерактивні дашборди з оновленими показниками соціального впливу або створювати документальні відеоматеріали, які висвітлюють результати реалізованих ініціатив.

Більш детально приділяти увагу треба прозорості комунікацій, щоб уникнути звинувачень у грінвошингу (greenwashing) – ситуації, коли підприємство заявляє про соціальну відповідальність, але фактично не впроваджує ефективних заходів. Відкрите декларування цілей, демонстрація реальних кейсів та незалежний аудит соціальних ініціатив сприяють підвищенню довіри серед суспільства та зміцненню репутації підприємства як відповідального корпоративного громадянина.

Висновки. Соціальний імпакт бізнесу перестає бути лише інструментом корпоративної соціальної відповідальності та перетворюється на ключовий фактор конкурентоспроможності. Підприємства, які успішно інтегрують соціальні аспекти у свою стратегію, отримують не лише позитивний імідж, але й стійкі конкурентні переваги. У майбутньому важливість соціального імпаку лише зростатиме, визначаючи нові правила ведення бізнесу.

Соціальний імпакт бізнесу є вагомим фактором формування конкурентних переваг підприємства в сучасних ринкових умовах. Інтеграція соціальних ініціатив у бізнес-стратегію дозволяє зміцнити репутацію підприємства, підвищити лояльність клієнтів та залучити нові інвестиції. Використання ESG-метрик, SROI-аналізу та інших методів оцінки соціального імпаку сприяє ефективному управлінню соціальною відповідальністю підприємства та забезпеченню його сталого розвитку.

Список літератури:

1. Скоробогатова Н., Дорошенко О.І. Імпакт-інвестування: світовий досвід та перспективи застосування в Україні. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2022. № 23. С. 68–76.
2. Панченко В. П. Соціальна відповідальність бізнесу як складова євроінтеграції України. *Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики: Збірник наук. праць*. / [редкол.: О.А. Гавриш (відпов. ред.) та ін.]. Київ : НТУУ «КПІ», 2011. С. 145–155.
3. Швиданенко Г., Швиданенко О. Імпакт-бізнес: реалії та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-50>
4. Бочарова Ю. Г., Шерстюк К. О. Імпакт-інвестування як найбільш ефективний інструмент розвитку соціально-відповідального бізнесу в умовах глобалізації. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія : Економічні науки*. 2019. № 2. С. 95–102.
5. Ломачинська І. А. Концептуальні підходи до визначення сутності імпакт-інвестицій. *Бізнес Інформ*. 2020. № 2. С. 16–22.

6. Як ми визначаємо соціальні підприємства для інвестування? URL: <https://www.usv.fund/for-investors>
7. Ставка на імпакт-бізнес: як це допоможе Україні пережити війну і перемогти на економічному фронті. URL: <https://epravda.com.ua/columns/2023/02/21/697277/>
8. Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2011) The Big Idea: Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89, 2–17.
9. Дія.Бізнес. Проект Міністерства цифрової трансформації України. Що таке імпакт-інвестування? URL: <https://business.diaa.gov.ua/handbook/impact-investment/so-take-impakt-investuvanna>
10. Global Impact Investing network. GIINSight: Sizing the Impact Investing Market 2022. URL: <https://thegiin.org/research/publication/impact-investing-market-size-2022/>
11. Barber B. M., Morse A., Yasuda A. Impact Investing. *Journal of Financial Economics*. 2021. Vol. 139, issue 1. P. 162–185.
12. Семененко І. М. Організація імпакт-інвестування як елементу компенсаційного механізму сталого розвитку регіону на засадах цільового управління підприємствами. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 11(3). С. 4–8.
13. Пластун О., Артеменко А., Михайлов Д. Ризик, аналіз, перспективи імпакт-інвестування в постконфліктне відновлення економіки України. *Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві*. 2022. № 2. С. 5–13.
14. Завадських Г. М. Імпакт-інвестиції і соціальне підприємництво в створенні соціального впливу. Сучасні виклики та перспективи розвитку економіки і бізнесу : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (6 грудня 2023 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя : ТДАТУ, 2023. С. 68–70.
15. Інвестиційна пріоритетність галузей економіки: монографія / С. О. Гуткевич, О. О. Шеремет, Г. М. Завадських та ін. За заг. ред. поф. Гуткевич С. О. Харків: Діса Плюс, 2021. 208 с.
16. Сич О. Імпакт-інвестиції для повоєнної ревіталізації міст України. *Галицький економічний вісник*. 2023. Т. 81 (2). С. 71–82.

References:

1. Skorobogatova N., Doroshenko O. I. (2022). Impact-investuvannya: svitovyi dosvid ta perspektyvy zastosuvannya v Ukrayini [Impact investing: Global experience and prospects for application in Ukraine]. *Ekonomichnyi Visnyk NTUU "Kyivskiy Politekhichnyi Instytut"*, (23), 68–76.
2. Panchenko V. P. (2011). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak skladova yevrointehratsiyi Ukrayiny [Corporate social responsibility as a component of Ukraine's European integration]. *Mizhnarodna ekonomika: intehtratsiya nauky ta praktyky: Zbirnyk naukovykh prats*, Kyiv: NTUU "KPI", pp. 145–155.
3. Shvydanenko H., Shvydanenko O. (2023). Impact-biznes: realii ta perspektyvy rozvytku v Ukrayini [Impact business: Realities and development prospects in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (53). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-50>
4. Bocharova Y. H., Sherstuk K. O. (2019). Impact-investuvannya yak naibilsh efektyvnyi instrument rozvytku sotsialno-vidpovidalnoho biznesu v umovakh hlobalizatsiyi [Impact investing as the most effective tool for developing socially responsible business in the context of globalization]. *Visnyk Donetskoho Natsionalnoho Universytetu Ekonomiky i Torhivli im. M. Tuhana-Baranovskoho. Seriya: Ekonomichni Nauky*, (2), 95–102.
5. Lomachynska I. A. (2020). Kontseptualni pidkhody do vyznachennya sutnosti impact-investytsiy [Conceptual approaches to defining the essence of impact investments]. *Biznes Inform*, (2), 16–22.
6. Як ми визначаємо соціальні підприємства для інвестування? Available at: <https://www.usv.fund/for-investors>
7. Ставка на імпакт-бізнес: як це допоможе Україні пережити війну і перемогти на економічному фронті Available at: <https://epravda.com.ua/columns/2023/02/21/697277/>
8. Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2011) The Big Idea: Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89, 2–17.
9. Diia.Business. (n.d.). Shcho take impact-investuvannya? [What is impact investing?]. Available at: <https://business.diaa.gov.ua/handbook/impact-investment/so-take-impakt-investuvanna>
10. Global Impact Investing Network. (2022). *GIINSight: Sizing the impact investing market 2022*. Available at: <https://thegiin.org/research/publication/impact-investing-market-size-2022/>
11. Barber B.M., Morse A., Yasuda A. Impact Investing. *Journal of Financial Economics*. 2021. Vol. 139, issue 1. P. 162–185.
12. Semenenko I. M. (2018). Orhanizatsiia impakt-investuvannya yak elementu kompensatsiinoho mekhanizmu staloho rozvytku rehionu na zasadakh tsilovoho upravlinnia pidpriemstvamy [Organization of impact investing as an element of the compensatory mechanism for sustainable regional development based on targeted enterprise management]. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, 11 (3), 4–8.
13. Plastun O., Artemenko A., Mykhailov D. (2022). Ryzik, analiz, perspektyvy impakt-investuvannya v postkonfliktne vidnovlennia ekonomiky Ukrainy [Risk, analysis, and prospects of impact investing in post-conflict economic recovery in Ukraine]. *Sotsialno-ekonomichni vidnosyny v tsyfrovomu suspilstvi*, (2), 5–13.
14. Zavadskykh H. M. (2023). Impact-investytsii i sotsialne pidpriyemnytstvo v stvorenni sotsialnoho vplyvu [Impact investments and social entrepreneurship in creating social impact]. In *Suchasni vyklyky ta perspektyvy rozvytku ekonomiky i biznesu: materialy Vseukrayinskoyi nauково-praktychnoi konferentsiyi (6 hrudnya 2023 roku, m. Zaporizhzhya)* (pp. 68–70). Zaporizhzhya: TDAU.
15. Hutkevych S. O., Sheremet O. O., Zavadskykh H. M., et al. (2021). *Investytsiina priorytetnist haluzei ekonomiky: monohrafiya* [Investment priority of economic sectors: Monograph] (S. O. Hutkevych, Ed.). Kharkiv: Disa Plus.
16. Sych O. (2023). Impakt-investytsii dlia povoiennoi revitalizatsii mist Ukrainy [Impact investments for post-war revitalization of Ukrainian cities]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*, 81 (2), 71–82.