

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Кічук Надія Вячеславівна*, кандидат економічних наук, доцент
Гребнева Діана Сергіївна**, викладач
Одеський національний економічний університет

*ORCID 0000-0003-3032-1238

**ORCID 0009-0000-9776-4231

Дата надходження статті: 30.03.2026

Дата прийняття статті: 20.04.2026

Дата публікації статті: 29.05.2026

Вступ. У сучасних умовах глобальної цифрової трансформації економіки цифрові технології стають одним із ключових чинників розвитку підприємницької діяльності, зокрема соціального підприємництва. Активне впровадження інноваційних цифрових рішень, таких як електронна комерція, хмарні сервіси, аналітика даних та цифровий маркетинг, відкриває нові можливості для підвищення ефективності діяльності соціальних підприємств, розширення їх ринків збуту та посилення соціального впливу. В умовах нестабільності економічного середовища та зростання соціальних викликів, зумовлених, зокрема, воєнними подіями в Україні, значення соціального підприємництва як інструменту вирішення суспільних проблем істотно зростає, що підсилює актуальність дослідження його цифрової трансформації.

Попри значний потенціал цифрових технологій, процес їх впровадження у діяльність соціальних підприємств супроводжується низкою проблем. Серед основних – обмеженість фінансових ресурсів, недостатній рівень цифрових компетенцій, нерівномірний доступ до цифрової інфраструктури, а також відсутність адаптованих технологічних рішень, що враховують специфіку соціального підприємництва. Це призводить до уповільнення темпів цифровізації сектору та зниження ефективності використання наявних можливостей, що формує наукову та практичну проблематику дослідження.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів впливу цифрових технологій на ефективність функціонування соціальних підприємств. Особливу увагу приділено аналізу напрямів використання цифрових інструментів, оцінці їх впливу на результативність діяльності, а також виявленню ключових бар'єрів і перспектив розвитку цифровізації соціального підприємництва в Україні.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. Сучасні дослідження соціального підприємництва в умовах цифрової трансформації економіки формують нові підходи до розуміння ролі цифрових технологій як ключового драйвера підвищення ефективності діяльності та масштабування соціального впливу. У працях Kotiranta A., Ruumalainen K., Sjögren H., Dana L. P. [1] доведено, що цифровізація виступає важливим фактором зростання соціальних підприємств, оскільки забезпечує підвищення продуктивності, гнучкості управління та розширення доступу до ринків. Подібні результати отримано в дослідженнях цифрової трансформації бізнесу, де наголошується на зростанні ролі цифрових платформ, аналітики даних та електронної комерції як базових елементів сучасної підприємницької екосистеми.

Окремі науковці, зокрема Ільченко В. М. [2] та Бойда С. [3], розглядають соціальне підприємство як інструмент досягнення цілей сталого розвитку та післявоєнного відновлення економіки України, акцентуючи увагу на його соціальній та відновлювальній функції. Водночас у цих дослідженнях цифрові технології розглядаються переважно опосередковано, без глибокого аналізу їх впливу на опе-



© Кічук Н. В., Гребнева Д. С., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

раційну ефективність та трансформацію бізнес-моделей соціальних підприємств. Дослідження Нечипоренко Т. Д., Бевз І. Д. [4] та Кот Л. [5] доповнюють науковий дискурс аналізом резильєнтності соціального підприємництва та його ролі у забезпеченні економічної безпеки держави, проте питання цифрової трансформації розглядаються лише фрагментарно. Подібна ситуація спостерігається і в роботах Міщенко С., Міщенко В. [6], де соціальне підприємництво аналізується через призму зайнятості та інноваційних моделей розвитку, однак без кількісної оцінки впровадження цифрових інструментів. Важливий внесок у дослідження сучасного стану соціального підприємництва в Україні зроблено у працях Миколайчука І., Величко О., Макогончук А. [7], де акцентовано увагу на впливі воєнних умов на розвиток сектору. Разом із тим цифровізація розглядається лише як загальний контекст, без деталізації її інструментального впливу на ефективність діяльності підприємств. У роботах Мельничук Л. М., Кравченко М. В. [8] та Болдижар С. М., Хохлової І. В. [9] соціальне підприємництво представлено як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем, проте недостатньо розкрито механізми впливу цифрових технологій на підвищення його результативності, зокрема через використання онлайн-продажів, цифрового маркетингу та соціальних мереж.

Таким чином, аналіз наукових джерел свідчить, що попри значну увагу до соціального підприємництва як соціально-економічного явища, недостатньо дослідженими залишаються питання системного кількісного аналізу впливу цифрових технологій на ефективність соціальних підприємств в Україні, а також оцінка динаміки їх впровадження у 2020–2025 роках і прогнозування подальшого розвитку цифровізації у цій сфері.

Метою статті є обґрунтування впливу цифрових технологій на ефективність функціонування соціального підприємництва в Україні, а також визначення ключових напрямів, тенденцій і перспектив цифрової трансформації соціальних підприємств у сучасних умовах розвитку цифрової економіки. Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких завдань: проаналізувати рівень та динаміку впровадження цифрових технологій у діяльність соціальних підприємств; оцінити їх вплив на операційну ефективність, конкурентоспроможність та соціальний вплив; виявити основні бар'єри цифровізації; здійснити прогноз розвитку цифрових інструментів у середньостроковій перспективі.

Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: методи аналізу та синтезу – для узагальнення наукових підходів до визначення ролі цифрових технологій у соціальному підприємстві; порівняльний аналіз – для оцінки динаміки використання цифрових інструментів у 2020–2025 рр.; статистичний метод – для обробки та інтерпретації кількісних даних; графічний метод – для візуалізації тенденцій розвитку цифровізації; метод екстраполяції (побудови лінійного тренду) – для прогнозування рівня використання цифрових технологій у 2026–2030 рр. Застосування зазначених методів дозволило комплексно дослідити проблему та обґрунтувати практичні рекомендації щодо підвищення ефективності соціального підприємництва на основі цифровізації.

Основний матеріал і результати. У сучасних умовах цифрової трансформації економіки цифрові технології відіграють ключову роль у підвищенні ефективності соціального підприємництва. За даними міжнародних досліджень, глобальні витрати на цифрову трансформацію досягли 1,85 трлн дол. США у 2022 році та продовжують зростати високими темпами [1]. Це свідчить про системний характер цифровізації як глобального економічного тренду, що охоплює всі сфери діяльності, включаючи соціальне підприємництво.

Цифрові технології, зокрема штучний інтелект, великі дані та хмарні сервіси, вже активно впроваджуються у бізнес-практику. Зокрема, понад 90% організацій у світі використовують хмарні технології, що значно підвищує гнучкість та ефективність управління. Водночас приблизно третина компаній у світі вже впровадила штучний інтелект, що відкриває нові можливості для аналізу даних і прийняття управлінських рішень.

Одним із ключових напрямів впливу цифровізації є підвищення операційної ефективності соціальних підприємств. Використання цифрових інструментів автоматизації дозволяє скоротити витрати, підвищити продуктивність та оптимізувати бізнес-процеси. Водночас цифрова економіка стрімко зростає: станом на сьогодні близько двох третин населення світу користується інтернетом, що значно розширює можливості для онлайн-діяльності соціальних підприємств.

Цифровізація також сприяє розширенню доступу до ринків і ресурсів. Онлайн-платформи дозволяють соціальним підприємствам виходити на міжнародні ринки та залучати фінансування через альтернативні інструменти. У 2024 році підприємства у середньому спрямовують близько 10% своїх

доходів на цифрову трансформацію, що підтверджує стратегічну важливість інвестицій у цифрові технології.

Важливим аспектом є також розвиток цифрових навичок. За даними ЄС, лише 56% населення мають базові або вищі цифрові навички, тоді як 44% їх не мають. Це свідчить про наявність цифрового розриву, який може обмежувати ефективність впровадження технологій, зокрема у сфері соціального підприємництва [2]. Крім того, дослідження показують, що 66% малих і середніх підприємств досягли базового рівня цифрової інтенсивності, проте водночас 76% підприємств стикаються з труднощами у процесі цифрової трансформації, зокрема через нестачу знань та кваліфікованого персоналу. Це підкреслює необхідність розвитку цифрових компетенцій та підтримки підприємств у процесі цифровізації.

Цифрові технології сприяють також посиленню соціального впливу підприємств. Вони дозволяють масштабувати соціальні послуги, підвищувати доступність освіти, охорони здоров'я та інших суспільно важливих сфер. Водночас розвиток цифрової економіки супроводжується глобальними викликами: наприклад, лише \$1,1 трлн цифрових послуг припадає на країни, що розвиваються, що становить близько п'ятої частини світового ринку, що вказує на нерівномірність цифрового розвитку [3].

Отже, статистичні дані підтверджують, що цифрові технології є важливим чинником підвищення ефективності соціального підприємництва. Вони сприяють оптимізації діяльності, розширенню доступу до ринків, залученню інвестицій та посиленню соціального впливу [4, с. 66]. Водночас існують значні бар'єри, пов'язані з цифровим розривом, нестачею навичок та ресурсів, що потребує системної підтримки з боку держави та міжнародних інституцій [5, с. 388].

Упродовж 2020–2025 р. р. спостерігається стійка позитивна динаміка використання цифрових технологій соціальними підприємствами в Україні. Аналіз діяльності соціального підприємництва свідчить про загальну тенденцію до цифровізації сектору.

Найвищі темпи приросту характерні для онлайн-продажів, рівень використання яких зріс приблизно на 38% за досліджуваний період, а також цифрового маркетингу – на 35% [6, с. 33]. Це вказує на посилення орієнтації соціальних підприємств на ринкові механізми взаємодії з клієнтами та розширення каналів збуту.

Водночас такі базові цифрові інструменти, як власні вебсайти та соціальні мережі, також демонструють стабільне зростання – приблизно на 27% кожен [7, с. 85]. Це свідчить про їхню ключову роль у забезпеченні комунікації з цільовою аудиторією та формуванні онлайн-присутності соціальних підприємств.

Станом на 2025 рік саме ці інструменти мають найвищі абсолютні показники використання, досягаючи рівня близько 87%, що підтверджує їх базовий статус у цифровій інфраструктурі підприємств.

Графічне відображення динаміки у вигляді лінійного тренду демонструє, що всі чотири групи технологій мають чітко виражений позитивний нахил.

Це наочно ілюструє поступове збільшення кількості соціальних підприємств, які інтегрують цифрові рішення у свою діяльність. При цьому, незважаючи на дещо нижчі абсолютні значення, онлайн-продажі та цифровий маркетинг характеризуються більш високими темпами зростання у відносному вимірі, що свідчить про їх стратегічну перспективність (рис. 1).

Графік на рис. 1 відображає динаміку використання цифрових технологій соціальними підприємствами в Україні у період 2020–2025 років і демонструє чітку тенденцію до зростання за всіма досліджуваними напрямками. Найбільш поширеним інструментом протягом усього періоду залишаються соціальні мережі: рівень їх використання зріс із 60% у 2020 році до 87% у 2025 році, що відповідає приросту на 27%. Динаміка є рівномірною та стабільною, без різких коливань, що свідчить про сталу роль соціальних мереж як ключового каналу комунікації та просування.

Аналогічну тенденцію демонструє використання власних веб-сайтів. Частка соціальних підприємств, які мають і використовують власні сайти, зросла з 45% у 2020 році до 72% у 2025 році, що також становить приріст на рівні 27%. Лінія тренду є рівномірною і розвивається паралельно до соціальних мереж, хоча й на дещо нижчому рівні, що підтверджує важливість веб-сайтів як базового елементу цифрової присутності.

Найбільш динамічне зростання спостерігається у сфері онлайн-продажів. Рівень їх використання збільшився з 30% у 2020 році до 68% у 2025 році, що становить приріст у 38%. При цьому після 2021 року темпи зростання значно прискорюються, що свідчить про активне впровадження інструментів електронної комерції соціальними підприємствами.

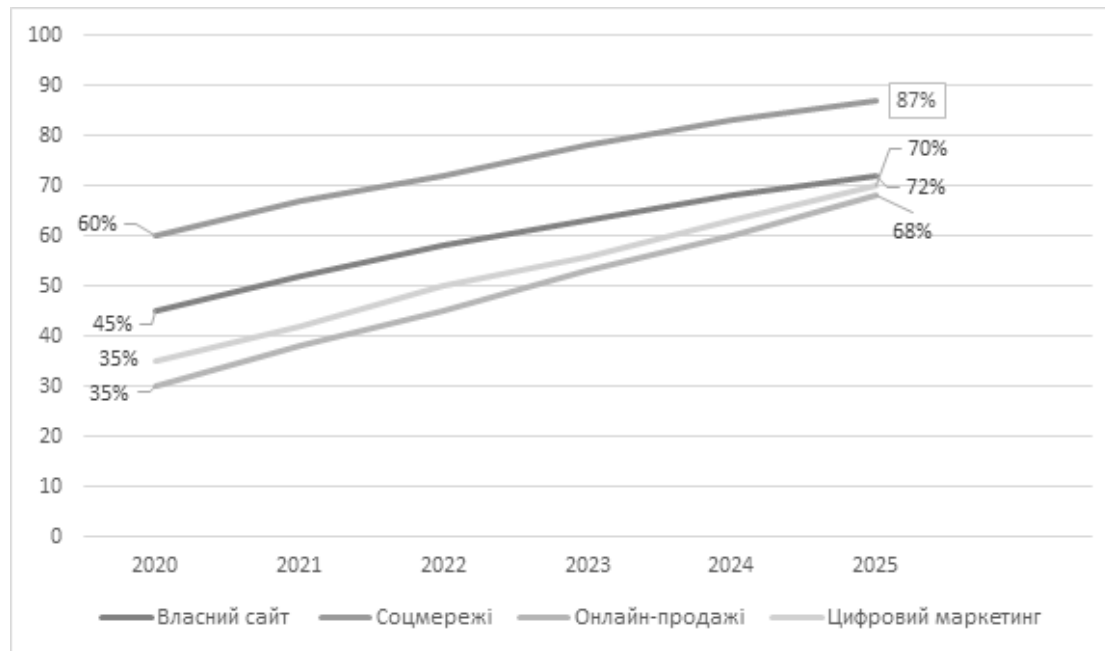


Рис. 1. Тенденції змін у використанні цифрових технологій соціальними підприємствами в Україні у період 2020–2025 рр.

Джерело: сформовано авторами за даними [10, 11]

Схожу тенденцію демонструє цифровий маркетинг: його використання зросло з 35% до 70% за аналогічний період, що відповідає приросту на 35%. Динаміка є стабільною, а сама крива розвитку майже паралельна до онлайн-продажів, що вказує на взаємозв'язок цих напрямів у процесі цифровізації.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що всі категорії цифрових технологій демонструють стійке зростання використання, що підтверджує активну цифровізацію соціальних підприємств в Україні. Найвищі темпи приросту характерні для онлайн-продажів та цифрового маркетингу, що свідчить про переорієнтацію підприємств на сучасні цифрові бізнес-моделі. Водночас соціальні мережі залишаються найбільш використовуваним інструментом, забезпечуючи ефективну комунікацію з цільовою аудиторією. Загалом спостерігається чітка тенденція до посилення інтеграції цифрових технологій у діяльність соціальних підприємств, що сприяє підвищенню їх ефективності та конкурентоспроможності.

Для побудови прогнозу використання цифрових технологій соціальними підприємствами було застосовано метод екстраполяції на основі лінійного тренду. Спочатку було використано фактичні статистичні дані за попередній період (2020–2025 рр.), які відображають динаміку впровадження окремих цифрових інструментів, зокрема власних сайтів, соціальних мереж, онлайн-продажів та цифрового маркетингу.

На основі цих даних для кожного показника було побудовано лінійні трендові моделі, що відображають загальну тенденцію зростання. Зокрема, для онлайн-продажів було визначено рівняння тренду ($y = 16,8x + 59,6$) з високим коефіцієнтом достовірності апроксимації ($R^2 = 0,9938$), що свідчить про тісний зв'язок між часом і рівнем впровадження цієї технології та дозволяє використовувати модель для прогнозування.

Далі отримані трендові лінії були продовжені на майбутній період – 2026–2030 роки, що дало змогу оцінити очікувану динаміку розвитку цифровізації. Прогноз передбачає поступове зростання всіх показників, збереження існуючих тенденцій та відсутність різких змін у динаміці.

Таким чином, прогноз базується на припущенні, що поточні тенденції розвитку цифрових технологій у соціальних підприємствах залишатимуться стабільними у середньостроковій перспективі, а темпи зростання будуть зберігатися на рівні, сформованому в попередні роки (рис. 2).

На основі побудованого прогнозного графіка можна зробити такі висновки.

По-перше, всі досліджувані цифрові технології демонструють стійку тенденцію до зростання у період 2026–2030 рр. Це свідчить про збереження позитивної динаміки цифровізації соціальних підприємств та подальше посилення ролі цифрових інструментів у їх діяльності.

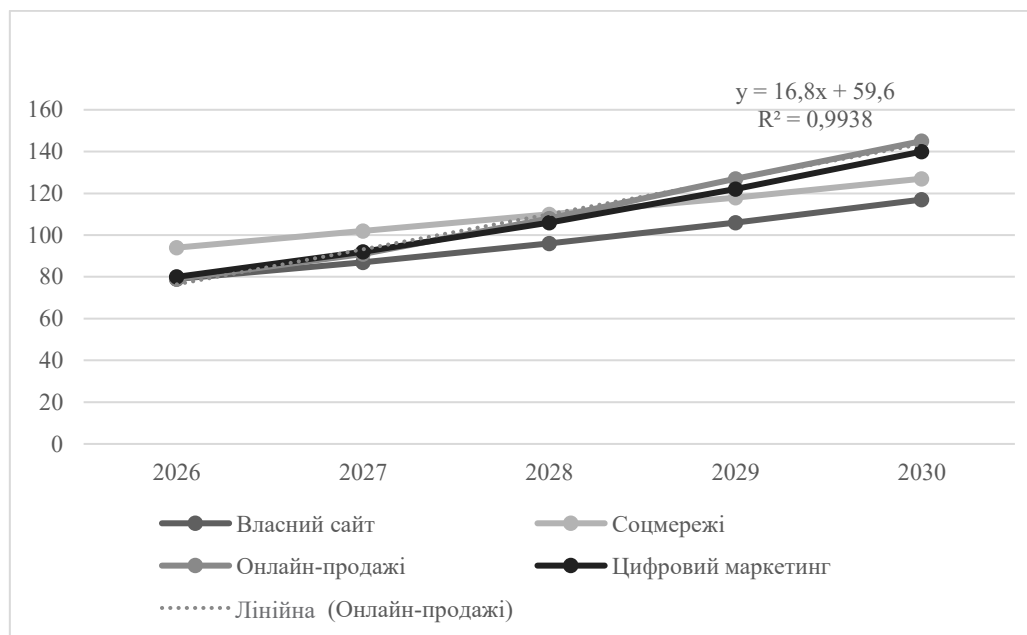


Рис. 2. Прогноз динаміки використання цифрових технологій соціальними підприємствами в Україні на 2026–2030 рр.

Джерело: сформовано авторами за даними [10, 11]

По-друге, найвищі прогнозні значення у 2030 році мають соціальні мережі та онлайн-продажі, що вказує на їх домінуючу роль у комунікації з клієнтами та реалізації продукції. При цьому онлайн-продажі демонструють один із найвищих темпів зростання, що підтверджує активний розвиток електронної комерції у секторі соціального підприємництва.

По-третє, цифровий маркетинг також характеризується високими темпами приросту та поступово наближається до рівня найбільш поширених інструментів, що свідчить про зростання уваги підприємств до просування та аналітики.

По-четверте, використання власних вебсайтів зростає більш помірно, проте стабільно, залишаючись важливою складовою цифрової інфраструктури соціальних підприємств.

Загалом прогноз підтверджує, що соціальні підприємства в Україні й надалі активно інтегруватимуть цифрові технології у свою діяльність, зокрема у сферах продажів, маркетингу та комунікації. Очікується, що цифровізація стане ключовим фактором підвищення ефективності, конкурентоспроможності та масштабування соціального впливу у найближчі роки.

В умовах цифрової трансформації економіки соціальні підприємства в Україні стикаються з низкою суттєвих проблем, що ускладнюють впровадження цифрових технологій у їхню діяльність [6-9]. Насамперед, однією з ключових перешкод є обмеженість фінансових ресурсів. Більшість соціальних підприємств орієнтовані не на максимізацію прибутку, а на досягнення соціального ефекту, що значно звужує їх можливості інвестувати у цифрові рішення, такі як автоматизовані системи управління, електронна комерція або цифровий маркетинг.

Не менш важливою проблемою є недостатній рівень цифрових компетенцій серед працівників і керівників соціальних підприємств. Відсутність кваліфікованих фахівців у сфері інформаційних технологій та обмежені навички роботи з цифровими інструментами знижують ефективність впровадження навіть базових технологій. Це призводить до того, що багато процесів залишаються неавтоматизованими, а управлінські рішення приймаються без належної аналітичної підтримки.

Суттєвим бар'єром також виступає обмежений доступ до якісної цифрової інфраструктури, особливо для підприємств, що функціонують у малих містах або сільській місцевості. Нестабільне інтернет-з'єднання, застаріле обладнання та відсутність технічної підтримки ускладнюють використання сучасних цифрових платформ і сервісів.

Окремою проблемою є відсутність адаптованих цифрових рішень, які б враховували специфіку діяльності соціальних підприємств. Більшість програмних продуктів розробляються для традиційного

бізнесу і не передбачають можливості оцінки соціального впливу або поєднання комерційних і соціальних цілей. Це змушує соціальні підприємства або використовувати неефективні інструменти, або витратити додаткові ресурси на їх адаптацію.

Також варто відзначити складність залучення фінансування саме на цифровізацію. Інвестори та донори частіше підтримують соціальні проекти з прямим впливом, ніж інфраструктурні або технологічні рішення, які мають опосередкований ефект. У результаті цифрові ініціативи залишаються недостатньо фінансованими, що обмежує їх реалізацію.

Крім того, низький рівень інтеграції цифрових технологій у бізнес-процеси призводить до фрагментарності управління, дублювання функцій та зниження загальної ефективності діяльності. Відсутність єдиних цифрових систем обліку, комунікації та аналізу даних ускладнює масштабування соціальних підприємств і зменшує їхню конкурентоспроможність.

Додатковим стримуючим фактором є недостатній рівень державної підтримки цифровізації соціального підприємництва [9]. В Україні поки що відсутні спеціалізовані програми або інструменти, спрямовані саме на цифровий розвиток цього сектору, що обмежує можливості системного впливу на його модернізацію.

Таким чином, сукупність фінансових, кадрових, інфраструктурних та інституційних проблем значно уповільнює процес цифровізації соціальних підприємств в Україні. Подолання цих бар'єрів є необхідною умовою підвищення ефективності їх діяльності та розширення соціального впливу в умовах сучасної цифрової економіки.

Висновки. В результаті проведеного дослідження встановлено, що цифрові технології є ключовим чинником підвищення ефективності соціального підприємництва в умовах сучасної цифрової економіки. Вони забезпечують оптимізацію бізнес-процесів, зниження витрат, підвищення продуктивності діяльності та розширення можливостей взаємодії з цільовими аудиторіями.

Аналіз динаміки використання цифрових технологій соціальними підприємствами в Україні у 2020–2025 рр. засвідчив стійку тенденцію до зростання за всіма досліджуваними напрямками. Найбільш активно впроваджуються соціальні мережі та власні веб-сайти як базові інструменти комунікації, тоді як найвищі темпи приросту характерні для онлайн-продажів і цифрового маркетингу, що свідчить про поступову трансформацію бізнес-моделей у бік цифрових каналів взаємодії та реалізації продукції.

Побудований прогноз на 2026–2030 рр. підтверджує збереження позитивної динаміки цифровізації. Очікується подальше зростання рівня використання цифрових технологій, зокрема посилення ролі електронної комерції та цифрового маркетингу як стратегічних напрямів розвитку соціальних підприємств. Це створює передумови для підвищення їх конкурентоспроможності та масштабування соціального впливу.

Водночас дослідження виявило наявність суттєвих бар'єрів, що стримують процес цифрової трансформації. До основних з них належать обмеженість фінансових ресурсів, недостатній рівень цифрових компетенцій, нерівномірний доступ до цифрової інфраструктури, відсутність адаптованих технологічних рішень, складність залучення фінансування на цифровізацію, а також недостатня державна підтримка.

Таким чином, для забезпечення ефективного розвитку соціального підприємництва в Україні необхідним є формування комплексної системи підтримки цифровізації, що включає розвиток цифрових навичок, розширення доступу до фінансових ресурсів, стимулювання інновацій та впровадження спеціалізованих державних програм. Реалізація зазначених заходів сприятиме підвищенню ефективності діяльності соціальних підприємств, їх стійкості та здатності до довгострокового розвитку в умовах цифрової трансформації економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Kotiranta A., Puumalainen K., Sjögren H., Dana L. P. *Digitalization as a growth driver for social enterprises*. Technological Forecasting and Social Change, Volume 209 (2024). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123837>
2. Ільченко В. М. Соціальне підприємництво як інструмент для досягнення цілей сталого розвитку. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2022. Том 21 № 3 (52) С. 117–129. DOI: [https://doi.org/10.18524/2413-9998.2022.3\(52\).275788](https://doi.org/10.18524/2413-9998.2022.3(52).275788)
3. Бойда С. Соціальне підприємництво як інструмент післявоєнної відбудови економіки України. *Економіка та суспільство*. № 58. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-25>
4. Нечипоренко Т. Д., Бевз І. Д. Соціальне підприємництво: сучасні тенденції та інноваційні моделі забезпечення резильєнтності. *Інклюзивна економіка*. 2025. № 4 (10). С. 66–72. DOI: https://doi.org/10.32782/inclusive_economics.10-9

5. Кот Л. Соціальне підприємництво як інструмент підвищення економічної безпеки держави. *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 5 (56) С. 388–396. DOI: <https://doi.org/10.32782/23081988/20255653>
6. Міщенко С. та Міщенко В., Соціальне підприємництво як інноваційна модель в сфері зайнятості населення України. *Вісник ПДТУ. Серія Економічні науки*. Том № 1 (40), 2024, С. 33–43. DOI: <https://doi.org/10.31498/22256725.40.2024.329191>
7. Миколайчук І., Величко О., Макогончук А., Соціальне підприємництво в Україні: стан та перспективи розвитку в умовах війни. *Економічні горизонти*, № 4 (33). 2025. С. 85–95. DOI: [https://doi.org/10.31499/26165236.4\(33\).2025.343115](https://doi.org/10.31499/26165236.4(33).2025.343115)
8. Мельничук Л. М., Кравченко М. В. Сучасна теорія та практика соціального підприємництва в Україні. *Публічне управління та соціальна робота*, № 2, 2024 С. 58–64. DOI: <https://doi.org/10.32782/30411319/2024210>
9. Болдыжар С. М., Хохлова І. В.. Соціальне підприємництво: інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем в Україні. *Аналітично-порівняльне правознавство* № 5. 2024. DOI: <https://doi.org/10.24144/27886018.2024.05.55>
10. Міністерство цифрової трансформації України. Офіційний сайт. URL: <https://thedigital.gov.ua>
11. Державна служба статистики України. Цифрові технології для бізнесу. URL: <https://ukrstat.gov.ua>

REFERENCES:

1. Kotiranta A., Puumalainen K., Sjögren H., Dana L. P. Digitalization as a growth driver for social enterprises. *Technological Forecasting and Social Change*, 2024. vol. 209. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123837>
2. Ilchenko V. M. (2022). Socialne pidpryemnuctvo yak instrument dlya dosyagnennya ciley stalogo rozvutky [Social entrepreneurship as a tool for achieving sustainable development goals]. *Rynochna ekonomyka: Suchasna teoria I praktuka Menedzementu – Market Economy: Modern Theory and Practice of Management*, vol. 21 no. 3 (52). pp. 117–129. DOI: [https://doi.org/10.18524/2413-9998.2022.3\(52\).275788](https://doi.org/10.18524/2413-9998.2022.3(52).275788)
3. Boyda S. (2023). Socialne pidpryemnuctvo yak instrument pislyavoennoi vidbudovu ekonomiki Ukrainu [Social entrepreneurship as a tool for post-war economic reconstruction of Ukraine]. *Ecinomica ta syspilstvo – Economy and Society*, no. 58. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-25> (in Ukrainian)
4. Nechyporenko T. D. & Bevez I. D. (2025). Sotsialne pidpryemnystvo: suchasni tendentsii ta innovatsiini modeli zabezpechennia rezylientnosti [Social entrepreneurship: modern trends and innovative models of ensuring resilience]. *Inkluzivna ekonomika – Inclusive Economy*, no. 4 (10), pp. 66–72. DOI: https://doi.org/10.32782/inclusive_economics.10.9 (in Ukrainian)
5. Kót L. L. (2025). Sotsialne pidpryemnystvo yak instrument pidvyshchennia ekonomichnoi bezpeky derzhavy [Social entrepreneurship as an instrument for strengthening the economic security of the state]. *Stiikii Rozvutok Ekonomici – Sustainable Development of Economy*, no. 5 (56), pp. 388–396. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-56-53> (in Ukrainian)
6. Mishchenko S., & Mishchenko V. (2024). Sotsialne pidpryemnystvo yak innovatsiina model v sferi zainiatosti naseleennia Ukrainy [Social entrepreneurship as an innovative model in the sphere of employment of the population of Ukraine]. *Buletin PSTU. Seria Ekonomichni Nauki – Bulletin of PSTU. Economic Sciences Series*, no. 1 (40), pp. 33–43. DOI: <https://doi.org/10.31498/2225-6725.40.2024.329191> (in Ukrainian)
7. Mykolaichuk I., Velychko O., & Makohonchuk A. (2025). Sotsialne pidpryemnystvo v Ukraini: stan ta perspektyvy rozvutku v umovakh viiny [Social entrepreneurship in Ukraine: current state and development prospects under wartime conditions]. *Ekonomichni horizonti – Economic Horizons*, no. 4 (33), pp. 85–95. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(33\).2025.343115](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(33).2025.343115) (in Ukrainian)
8. Melnychuk L. M., & Kravchenko M. V. (2024). Suchasna teoriia ta praktyka sotsialnoho pidpryemnystva v Ukraini [Modern theory and practice of social entrepreneurship in Ukraine]. *Publichne Administruvannya ta Socialni Robotu – Public Administration and Social Work*, no. 2, pp. 58–64. DOI: <https://doi.org/10.32782/3041-1319/2024-2-10> (in Ukrainian)
9. Boldyzhар S. M., & Khokhlova I. V. (2024). Sotsialne pidpryemnystvo: innovatsiinyi instrument vyrishennia suspilnykh problem v Ukraini [Social entrepreneurship: an innovative tool for solving social problems in Ukraine]. *Analitichna I Porivnyalna Urisprudencia – Analytical and Comparative Jurisprudence*, no. 5. DOI: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2024.05.55> (in Ukrainian)
10. Ministerstvo cifrovoi transformacii Ukraini. Ofitsiinyi sait [Ministry of Digital Transformation of Ukraine. Official website]. Available at: <https://thedigital.gov.ua>
11. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Cifrovy tehnologii dlya biznesu. Ofitsiinyi sait [State Statistics Service of Ukraine. Digital technologies for business. Official website]. Available at: <https://ukrstat.gov.ua>

УДК 334.012.64:004:316.422.44:336

JEL D64, G23, L31, M15, O33

Кічук Надія Вячеславівна, кандидат економічних наук, доцент, Одеський національний економічний університет. **Гребнева Діана Сергіївна**, викладач, Одеський національний економічний університет. **Вплив цифрових технологій на ефективність соціального підприємництва.**

У статті досліджено вплив цифрових технологій на ефективність соціального підприємництва в умовах сучасної цифрової трансформації економіки. Проаналізовано основні напрями цифровізації, зокрема використання соціальних мереж, вебсайтів, онлайн-продажів і цифрового маркетингу соціальними підприємствами України у 2020–2025 рр. Визначено тенденції зростання рівня впровадження цифрових інструментів та здійснено прогноз їх розвитку на 2026–2030 рр. Обґрунтовано, що цифрові технології сприяють підвищенню операційної ефективності, розширенню ринків збуту та посиленню соціального впливу. Виявлено ключові бар'єри цифровізації, зокрема фінансові обмеження, нестачу цифрових компетенцій і недостатню інфраструктуру. Запропоновано напрями підтримки цифрового розвитку соціального підприємництва.

Ключові слова: соціальне підприємництво, цифрові технології, цифровізація, ефективність діяльності, інновації.

UDC 334.012.64:004:316.422.44:336

JEL D64, G23, L31, M15, O33

Nadiia Kichuk, PhD in Economics, Associate Professor, Odesa National Economic University. **Diana Hrebneva**, Lecturer, Odesa National Economic University. **The impact of digital technologies on the efficiency of social entrepreneurship.**

The article examines the impact of digital technologies on the efficiency of social entrepreneurship in the context of the modern digital transformation of the economy. The study analyzes key areas of digitalization, including the use of websites, social media, online sales, and digital marketing by social enterprises in Ukraine during 2020–2025. The results demonstrate a steady upward trend in the adoption of digital tools across all analyzed categories, indicating the active integration of digital solutions into the activities of social enterprises. The research identifies that social media and websites serve as basic communication tools, while online sales and digital marketing show the highest growth rates, reflecting a shift toward digital business models. A forecast for 2026–2030 based on linear trend extrapolation confirms the continuation of positive dynamics in the implementation of digital technologies. It is expected that the role of e-commerce and digital marketing will further increase, contributing to improved competitiveness and scalability of social enterprises. The study substantiates that digital technologies enhance operational efficiency, reduce costs, optimize business processes, and expand access to markets and financial resources. At the same time, the research highlights significant barriers to digital transformation, including limited financial resources, insufficient digital skills, lack of qualified personnel, uneven access to digital infrastructure, and the absence of tailored technological solutions for social enterprises. In addition, insufficient state support for digitalization processes constrains the development of the sector. The article concludes that the formation of a comprehensive support system for digital transformation, including the development of digital competencies, improved access to funding, and the implementation of targeted public policies, is essential for strengthening the efficiency and sustainability of social entrepreneurship in Ukraine.

Key words: social entrepreneurship, digital technologies, digitalization, efficiency, digital transformation, social media, online sales, digital marketing, e-commerce, innovation, social impact, digital skills.