

УДК 334.72:338.245](06)

ISBN 978-966-695-602-9

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

МІНІСТЕРСТВО РОЗВИТКУ ГРОМАД ТА ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА МІСЬКА РАДА

ХАРКІВСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ

ХАРКІВСЬКА ОБЛАСНА РАДА

ВГО «СОЮЗ УКРАЇНОК»

FACULTY OF ECONOMICS VŠB-TECHNICAL UNIVERSITY OF OSTRAVA

DEPARTMENT OF ECONOMICS INSUBRIA UNIVERSITY

ТБІЛІСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНЕ ДЖАВАХИШВІЛІ, ГРУЗІЯ

ПІВНІЧНО-СХІДНИЙ НАУКОВИЙ ЦЕНТР НАН І МОН УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ, ТРЕНДИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

(01 – 28 лютого 2024 року)

Харків – 2024

УДК 334.72:338.245](06)
ПЗ2

Редакційна колегія:

Бубенко П. Т. – д-р екон. наук, проф. кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

Палант О. Ю. – д-р екон. наук, проф. кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

Рудаченко О. О. – д-р екон. наук, проф. кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано до друку Вченою радою Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова, протокол № 8 від 23 лютого 2024 р.

Підприємництво та бізнес-адміністрування у воєнний час: сучасні виклики, тренди та трансформації : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Харків, 01 – 28 лютого 2024 р. / [редкол. : П. Т. Бубенко, О. Ю. Палант, О. О. Рудаченко] ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова [та ін.]. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2024. – 372 с.

ISBN 978-966-695-602-9

У збірнику наведені матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ У ВОЄННИЙ ЧАС: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ, ТРЕНДИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ», яка проходила з 01 лютого по 28 лютого 2024 року в Харківському національному університеті міського господарства імені О. М. Бекетова. Розглядалися питання та здійснювалась розробка рекомендацій з вирішення проблем управління економічними процесами в сучасних економічних умовах.

УДК 334.72:338.245](06)

ISBN 978-966-695-602-9

© Колектив авторів, 2024

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2024

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ УКРАЇНИ

А. Д. КІЛЬДЕЙ, магістр,
І. М. СОТНИК, д.е.н., проф.
Сумський державний університет

Соціальне підприємництво – відносно новий вид бізнесу в Україні, що набуває значного розвитку в останні роки. В умовах кризи, пандемії COVID-2019 та російської агресії кількість людей, що втратили роботу, збільшується по експоненті, що вимагає від суспільства невідкладних дій для відбудови і підтримання економіки.

Соціальний бізнес як явище виник на перетині благодійних заходів та традиційного бізнесу. Головна мотивація соціальних підприємців – не лише отримання прибутку, а й допомога у розв'язанні соціальних проблем, таких як захист природи, надання роботи людям з особливими потребами, допомога ветеранам, малозабезпеченим верствам населення, людям, що постраждали від війни, тощо. Від успіху кожного конкретного підприємства залежить повнота розв'язання соціальної проблеми. Звичайно, присутність соціальної місії в такому проєкті не виключає можливості отримання прибутку. Навіть більше, часто молодий бізнес використовує свою соціальну складову як певний рекламний хід. Прикладом є невеликі підприємства з пошиву одягу, що беруть на роботу кравчинь-пенсіонерів, дають гідну заробітну плату та умови праці.

Соціальні підприємці у своїй діяльності спираються на ринкові механізми, при цьому не випускаючи з поля зору свою основну соціальну місію, щоб врівноважувати моральні імперативи та прагнення отримати прибуток. Такі компанії набувають різноманітних організаційно-правових форм, а саме: товариства з обмеженою відповідальністю, приватного підприємства, громадської організації чи благодійного фонду (з комерційною складовою), кооперативу, комбінацій громадської організації та приватного підприємця-фізичної особи, громадської організації та приватного підприємства, тощо [1].

В Україні нараховується приблизно 300 підприємств соціального типу з тенденцією до постійного зростання. Прикладом є Львівська свічкова мануфактура, що підтримує жінок з кризового центру, надаючи робочі місця у майстерні з виготовлення свічок [2]. Соціальне підприємство "WoodLuck", яке розробляє і виготовляє меблі з деревини та металу, працевлаштовує людей, що пройшли реабілітацію в центрах для алко- і наркозалежних, допомагає їм з процесом ресоціалізації та адаптації [3]. Громадська організація «Спільнота взаємодопомоги «Емаус-Оселя» допомагає безпритульним людям віднайти своє місце в суспільстві та реалізувати свої вміння у різноманітних видах діяльності [4]. Кожен з цих бізнесів виконує важливу соціальну та інноваційну роль в житті суспільства.

Соціальне підприємництво, як поняття, досить молоде та досконало не вивчено в Україні. Через це такий бізнес не є легалізованим у повному сенсі цього слова, що означає обмеження в отриманні преференцій від держави за

виконання соціальних функцій, перешкоди для залучення пільгових кредитів для реалізації своїх проєктів. Саме тому надання соціальним підприємствам офіційного статусу та розробка механізмів для його підтримання надто важливі у теперішніх реаліях.

Слід відзначити, що в умовах війни в Україні суттєво змінюється суспільна думка щодо значення соціального підприємництва. За даними дослідження Gradus Research [5], 44% українців при придбанні товарів звертають увагу, чи допомагає виробник армії. Більше 20% громадян вважають, що волонтерська діяльність має бути невід'ємною частиною діяльності будь-якого бізнесу в країні.

Розвитку вітчизняного соціального підприємництва сьогодні сприяє низка міжнародних організацій, які надають фінансові ресурси, технічну, консультаційну допомогу. Серед них Western NIS Enterprise Fund, USAID, Міжнародний фонд «Відродження», Німецький дитячий фонд, а також різноманітні програми Європейського Союзу [5].

На нашу думку, найбільш затребуваними з точки зору розвитку соціального бізнесу в умовах війни в Україні є такі його напрями:

- соціальні підприємства, що працевлаштовують внутрішньо переміщених осіб (ВПО) та орієнтовані на їхні потреби на новому місці проживання. Такі компанії можуть створюватися самими ВПО або ж місцевими бізнесменами. Основна місія цих підприємств полягає в інтеграції ВПО у нове середовище, наданні можливостей їм отримати нові навички або ефективно застосувати наявні знання та вміння, отримати гідну заробітну плату і перспективи професійного розвитку, підтримати психологічно, створивши комфортний психологічний клімат в трудовому колективі, який може складатися частково або повністю з ВПО;

- соціальні підприємства, засновані ветеранами і для ветеранів, які є гарною можливістю дати новий сенс життя колишнім військовим, багато з яких втратили своє здоров'я під час бойових дій і не можуть працювати за своєю довоєнною професією. Соціалізація таких громадян через їх навчання, перенавчання, залучення до нової трудової діяльності замість сидіння вдома на соціальних виплатах забезпечує зниження соціальної напруженості у суспільстві, розвиток місцевої економіки і зайнятості;

- волонтерські організації, які мають юридичну реєстрацію і допомагають ВПО, військовим, багатодітним сім'ям, родинам, що втратили житло, людям з обмеженими можливостями та похилого віку, а також іншим вразливим категоріям населення вижити і знайти матеріальну і психологічну підтримку;

- соціальні підприємства з виробництва товарів, що мають великий попит в умовах війни, зокрема, будівельних матеріалів, вікон, дверей, плівки, тощо. Вони можуть як бути націленими на задоволення місцевого попиту на таку продукцію, так і працевлаштовувати людей, що втратили своє житло і роботу, але мають відповідну кваліфікацію або ж пройшли навчання/перенавчання;

- соціальний бізнес з виробництва протезів. Оскільки кількість людей з інвалідністю в Україні постійно зростає внаслідок війни, попит на протезування також підвищується. Розвиток таких підприємств може набувати форм тісної

співпраці з соціальними службами місцевої влади, медичними установами, волонтерськими організаціями та міжнародними фінансовими донорами і передбачати, у тому числі, залучення людей з обмеженими можливостями на виробництві. Важливою місією таких компаній є зміна ставлення пересічних громадян до людей з фізичними вадами та включення останніх до активного громадського життя.

Для активізації соціального підприємництва в межах розглянутих напрямів необхідно: здійснювати активне державне стимулювання з залученням різноманітних фондів, надавати соціальному бізнесу преференції в оподаткуванні та кредитуванні, здійснювати страхування ризиків соціальних підприємств, надавати інформаційну підтримку населенню через роз'яснювальну політику щодо користі соціального підприємства, просвітницьку діяльність щодо соціальних інновацій, залучати успішних соціальних підприємців в рамках поширення досвіду з вирішення проблем соціального бізнесу, тощо. Дані заходи дозволять соціальним підприємцям провадити суспільно-корисну діяльність, вирішувати локальні проблеми, працевлаштовувати соціально-вразливі категорії населення, адаптуючи їх до сучасних умов життя.

Публікацію підготовлено в рамках виконання проекту Модуль Жана Моне «Соціальна солідарна економіка: впровадження досвіду ЄС для сталого розвитку» (SSExpEU-101047518-GAP-101047518) (2022–2025), що фінансується Європейським Союзом.

Список використаних джерел:

1. Фарат, О., Косовська, В., Кедебец, К. Проблеми соціального підприємництва під час пандемії. Економіка та суспільство. 2021. № 31. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-64>.
2. Львівська свічкова мануфактура, 2024. URL: <https://candles.lviv.ua/>.
3. Гулбіані Д. Як майстерня Woodluck повертає людей з алкоголізмом до життя. Шотам, 2019. URL: <https://shotam.info/yak-maysternia-woodluck-povertaie-liudey-z-alkoholizmom-do-zhyttia/>.
4. Спільнота «Емаус-Оселя», 2024. URL: <https://emaus-oselya.org/ua/>.
5. Назарук В. Соціальне підприємництво в умовах війни: ліки чи плацебо? Економічна правда, 9.01.2024. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/01/9/708567/>.

ДО ПИТАННЯ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ У ЗВО

В. М. КОВАЛЬЧУК, доктор філософії з менеджменту
Національний університет «Острозька академія»

Забезпечення конкурентоспроможності економіки країни залежить від рівня підготовки спеціалістів у всіх сферах економічної діяльності. Таким чином, розвиток вищої освіти та задоволення потреб суспільства сьогодні є

ЗМІСТ

Секція 1

Актуальні проблеми та перспективи розвитку стартапів, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

<i>Подрез-Ряполова І. В. ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЕКОСИСТЕМИ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ.....</i>	<i>3</i>
<i>Рибак М. О. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....</i>	<i>4</i>
<i>Тараруєв Ю. О. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УМОВАХ ВІЙНИ</i>	<i>6</i>
<i>Аверкина М. Ф. УНІВЕРСИТЕТ-МІСТО-ПІДПРИЄМНИЦТВО: ВИКЛИКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ</i>	<i>8</i>
<i>Пакуліна А. А., Шаповалов М. В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТОРГІВЛІ У ВОЄННИЙ ЧАС.....</i>	<i>10</i>
<i>Пакуліна А. А., Шевченко А. В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ.....</i>	<i>12</i>
<i>Пакуліна А. А., Веденьєва Д. А. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ..</i>	<i>14</i>
<i>Куліш І. М. ЕКОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....</i>	<i>16</i>
<i>Любовецька Д. І. ОЦІНЮВАННЯ ТА АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДІВ ДЕСКРИПТИВНОЇ СТАТИСТИКИ.....</i>	<i>18</i>
<i>Литвин Ю. А. СТРАТЕГІЇ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ ДЛЯ РІЗНИХ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ.....</i>	<i>21</i>
<i>Несененко П. П., Ляшенко А. В. РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО РИНКУ ПРАЦІ.....</i>	<i>24</i>
<i>Fedotova Y., Ivanov V. THE ROLE AND PROSPECTS OF SMALL BUSINESSES IN THE ECONOMY OF UKRAINE.....</i>	<i>27</i>
<i>Сімонов Д. С. ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....</i>	<i>29</i>
<i>Клочник О. МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ ОБОРОТУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ЗАРОБІТНУ ПЛАТУ.....</i>	<i>32</i>
<i>Веньхань ОУ. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАНЬ.....</i>	<i>34</i>
<i>Мінлей Ч. ВИЗНАЧЕННЯ БАР'ЄРІВ І ДРАЙВЕРІВ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....</i>	<i>36</i>
<i>Цзусянь Л. ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВАХ УКРАЇНИ.....</i>	<i>38</i>
<i>Прасол В. М., Шкурко Ю. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ.....</i>	<i>41</i>
<i>Костюк О. А. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА</i>	<i>43</i>

<i>Шаповалова О. В.</i> ЦИФРОВІ ПРАВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ У ПРОФЕСІЙНІЙ АДАПТАЦІЇ ВЕТЕРАНІВ ВІЙНИ...	246
<i>Рудаченко О. О., Акімов О.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	249
<i>Пакуліна А. А., Кокунєв Б. Є.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ВІДДІЛУ МАРКЕТИНГУ: ЯК ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЗМІНЮЄ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ.....	250
<i>Пакуліна А. А., Фадєєв І. С.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: ВПРОВАДЖЕННЯ В ЇХ ДІЯЛЬНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН.....	252

Секція 6

Проблеми та виклики для бізнесу в умовах воєнного стану

<i>Пакуліна А. А., Рев'юк К. Є.</i> СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	256
<i>Пакуліна А. А., Овередна О. В.</i> ГОЛОВНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	258
<i>Барабась Д. О.</i> ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ.....	260
<i>Пакуліна А. А., Трухонь К. С.</i> РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	263
<i>Сидоренко Т. М.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ.....	266
<i>Оболенцева Л. В.</i> ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ АДАПТАЦІЇ ОСІБ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....	268
<i>Кільдей А. Д., Сотник І. М.</i> СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ УКРАЇНИ.....	271
<i>Ковальчук В. М.</i> ДО ПИТАННЯ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ У ЗВО.....	273
<i>Пакуліна А. А., Шевченко А. В.,</i> КЛЮЧОВІ ВИКЛИКИ ДЛЯ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНИ.....	275
<i>Димченко О. В., Щубко А. С.</i> ЗНИЖЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ НАСЕЛЕННЯ, ЯК ОДИН З НАЙБІЛЬШИХ ВИКЛИКІВ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	277
<i>Пакуліна А. А., Бутирська А. М.</i> ПРОБЛЕМИ БІЗНЕС-СТРУКТУР ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	280
<i>Slobodianik A. A.</i> INCLUSIVE SOCIETY AS AN INTEGRAL PART OF WORLD-FAMOUS BRANDS.....	283
<i>Пакуліна А. А., Бутирська А. М.</i> БІЗНЕС: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	286
<i>Новікова М. М., Швед А. Б.</i> ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ...	288
<i>Bozhydai I., Ushkalov A.</i> INTEGRATION OF RISK-ORIENTED APPROACH IN THE ACTIVITIES OF SCIENTIFIC LABORATORIES.....	290

Електронне наукове видання

***ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
У ВОЄННИЙ ЧАС: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ,
ТРЕНДИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ***

МАТЕРІАЛИ

міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

(01 – 28 лютого 2024 року)

*Матеріали конференції опубліковані в авторській редакції
мовою оригіналу*

Відповідальний за випуск *О. В. Димченко*

Технічні редактори *О. О. Рудаченко, В. В. Коненко*

Підп. до друку 27.02.2024. Формат 60 × 84/16.
Ум. друк. арк. 21,6.

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: office@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017.