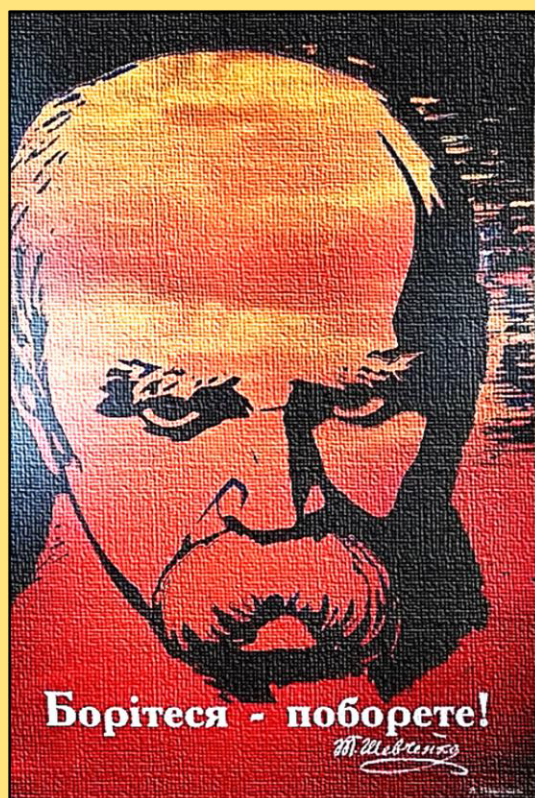




**Хмельницький кооперативний
торговельно-економічний інститут**



**МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«Хмельниччина в умовах війни
росії проти України»**

**24 лютого 2023 р.
м. Хмельницький**

Міністерство освіти і науки України
Хмельницька обласна військова адміністрація
Хмельницька обласна рада
Хмельницька міська рада
Департамент освіти і науки ХОДА
Хмельницька облспоживспілка
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Інститут історії України НАН України
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
Хмельницький національний університет
Національна академія Державної прикордонної служби України
імені Богдана Хмельницького
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Хмельницький університет управління і права імені Леоніда Юзькова
Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія
Хмельницький інститут соціальних технологій Університету «Україна»
Хмельницька обласна організація
Національної спілки краєзнавців України

МАТЕРІАЛИ

Всеукраїнської науково-практичної конференції
«Хмельниччина в умовах війни росії проти України»

Електронне видання

(м. Хмельницький, 24 лютого 2023 р.)

Хмельницький

2023

Рекомендовано до друку вченою радою Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (протокол № 6 від 8 березня 2023 р.)

Рецензенти:

РЕСНТ Олександр Петрович – доктор історичних наук, професор, член-кореспондент НАН України, заступник директора з наукової роботи Інституту історії України НАН України, голова Національної спілки краєзнавців України.

САМОЙЛЕНКО Олександр Григорович – кандидат історичних наук, доцент, ректор Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

СНІЩЕНКО Роман Григорович – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів, обліку та аудиту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту.

Редакційна колегія: *ТЕЛЯЧИЙ Юрій Васильович* – голова, доктор історичних наук, професор, в. о. ректора Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту, голова Хмельницької обласної організації Національної спілки краєзнавців України; *САРАЙ Наталія Ізидорівна* – заступник голови, кандидат економічних наук, доцент, проректор з наукової роботи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *МАРКОВА Світлана Василівна* – заступник голови, доктор історичних наук, керівник відділу наукової роботи, професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *ОЛУЙКО Віталій Миколайович* – заступник голови, доктор наук з державного управління, професор, завідувач кафедри права і публічного адміністрування; *КОВАЛЬЧУК Світлана Володимирівна* – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та менеджменту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *КОМАРНИЦЬКИЙ Олександр Борисович* – доктор історичних наук, професор, заступник декана історичного факультету з наукової роботи та міжнародних зв'язків Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, заступник голови Хмельницької обласної організації національної спілки краєзнавців України; *КОЦЮК Володимир Дмитрович* – відповідальний секретар, кандидат історичних наук, завідувач кафедри соціально-гуманітарної підготовки Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту; *ПРОКОПЧУК Віктор Степанович* – доктор історичних наук, професор, член президії Хмельницької обласної організації Національної спілки краєзнавців України.

X 65 Хмельниччина в умовах війни росії проти України *Матеріали всеукр. наук.-практ. конференції (м. Хмельницький, 24 лютого 2023 р.)* / [редкол.: Ю. В. Телячий (голова), Н. І. Сарай, С. В. Маркова та ін.]. Хмельницький: ХКТЕІ, науковий відділ, 2023. 412 с.

Автори несуть відповідальність за достовірність матеріалу та коректність тексту.

Збірник містить матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції з актуальних питань впливу воєнних дій на суспільне, соціально-економічне становище Хмельницької області (установ освіти, культури, медицини); перспектив розвитку післявоєнного періоду; підтримки внутрішньо переміщених осіб; волонтерського руху; допомоги країн Європи і світу як важливого чинника протидії російській агресії; аналізу людиноненавистницької ідеології кремля та ін. У Збірнику започатковано систематизацію інформаційного матеріалу про героїзм Хмельничан-захисників України

Електронна версія збірника оприлюднюється на офіційній сторінці ХКТЕІ:
<http://www.xktei.km.ua/naukova-diialnist/naukovi-konferenciyi/>

© Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2023

© Автори статей, 2023

Кісь Святослав, Яцюк Олег ВИКОРИСТАННЯ БІЗНЕСОМ МОЖЛИВОСТЕЙ МІЖНАРОДНИХ ГРАНТОВИХ ПРОГРАМ В УМОВАХ ВІЙНИ: ДОСВІД ПРОЄКТУ «РОЗВИТОК БІЗНЕС-СЕКТОРУ УКРАЇНИ»	134
Коцюк Володимир, Олійник Ольга, Мариняк Мар'яна РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ПІД ЧАС ВІЙНИ	140
Кулинич Роман РОЛЬ ВІЙСЬКОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТАТИСТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	144
Куровська Альона КОНТРОЛІНГ ГРАНТОВОГО ПРОЄКТУ (НА ПРИКЛАДІ НЕУРЯДОВОЇ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ)	146
Кучерук Надія, Дзекан Олександр СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІМЕРНИХ ПАКЕТІВ В УКРАЇНІ	153
Матюх Сергій, Рудніченко Євгеній ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ СТРАТЕГІЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	157
Нікольчук Юлія, Лопатовська Оксана ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК ДОМІНАНТА СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	160
Нагорний Павло, Базюк Дана ДО ПИТАННЯ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОЇ АГРЕСІЇ	163
Олійник Олександр, Несенюк Любов, Климась Руслан ХМЕЛЬНИЧЧИНА У ВОЄННИЙ 2022 РІК. СИТУАЦІЯ З ПОЖЕЖАМИ.....	167
Олуйко Віталій ВЕРТИКАЛЬ ВЛАДИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ І СТАНУ ВІЙНИ:ВИКЛИКИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ	170
Омельчук Олег ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ПЕРІОДУ	173
Сапотницька Наталія, Ягодзінська Анастасія РЕЛОКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ.....	175
Сарай Наталія, Казакова Наталія, Сардак Артем ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ	177
Тягунова Наталія, Тягунова Злата СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ВЕКТОР ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД	181
Церклевич Вікторія, Онищук Майя, Шпаковський Сергій НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ І КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ: МІСІЯ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ В БИТВІ ЗА ЦИВІЛІЗАЦІЙНІ ЦІННОСТІ	185

Джерело: сформовано автором на основі [2]

З боку держави підтримка релокації відбувається наступним чином [2]:

- Військово-цивільні адміністрації в кооперації з місцевими громадами допомагають підприємствам розмістити виробництво, підключати мережі та поселити персонал у місцеві гуртожитки, школи, готелі тощо.

- «Укрзалізниця» та «Укрпошта» безкоштовно перевозять обладнання підприємств, допомагають в оформленні транспортних накладних.

- Фонд державного майна України допомагає підприємствам з пошуком складів, приміщень для відкриття виробництва та офісів.

На Хмельниччину перемістили свої виробничі потужності біля 60 підприємств, 76% з яких вже працюють. Це підприємства швейної промисловості, машинобудування, виробники світлодіодної продукції, електричного устаткування, деталей для автотранспортних засобів, СПП панелей та домокомплектів, гідравлічного обладнання, а також підприємства з продажу та ремонту сільськогосподарської техніки, обладнання автокранів, спецтехніки та інші [3], зокрема: «Дружківський машинобудівний завод» (виробник гірничошахтного обладнання), ТОВ «Кокей Україна» (виробник взуття), екоцистка Kims, ВК Індустрія (виробничий кооператив).

Станом на січень 2023 року спостерігається тенденція повернення підприємств на свої попередні місця розташування, а місце релокації вони розглядають як філію на Західній Україні. Ось так, непередбачувано в умовах війни, релоковані підприємства на підсвідомому рівні працюють на свій імідж та стабільність на післявоєнному ринку.

Список використаних джерел та літератури

1. Бізнес в умовах війни: зупинення діяльності відокремлених підрозділів. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/210804_bznes-v-umovakh-vyni-zupinennya-dyalnost-vdokremlenikh-pdrozdlv

2. Економіка їде на захід: як рятується український бізнес від війни. URL: https://lb.ua/economics/2022/05/11/516454_ekonomika_ide_zahid_yak_ryatuietsya.html

3. Евакуація бізнесу: на Хмельниччині працює сім переміщених підприємств. URL: https://ye.ua/sypilstvo/58898_Evakuaciya_biznesu_na_Hmelnichchini_pracyiye_sim_peremische_nih_pidpriemstv.html

На Хмельниччину релокували 60 підприємств від початку війни. URL: <https://vsim.ua/Podii/na-hmelnichchinu-relokuvali-60-pidpriemstv-vid-pochatku-viyini-11759870.html>

УДК 339.14

Сарай Наталія, кандидат економічних наук, доцент, проректор з наукової роботи, професор кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту.

Казакова Наталія, кандидат педагогічних наук, доцент, заступник начальника відділу військово-патріотичного виховання та спорту управління професійного навчання Департаменту освіти, науки та спорту МВС.

Сардак Артем, магістрант освітньої програми «Менеджмент» Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

У статті окреслено низку проблем щодо особливостей функціонування електронної комерції в умовах війни. Обґрунтовано суть дефініції «електронна комерція» та

«електронний бізнес», виявлено їх спільності та розбіжності. Схарактеризовано ефективність інтернет-торгівлі групи компаній «Епіцентр-К» упродовж запровадженого воєнного стану, проаналізовано їх рекрутингову та волонтерську діяльність в умовах війни. Доведено, що електронна комерція здатна стати одним із наймогутніших сегментів національної економіки за умови економічного стимулювання внутрішнього споживчого ринку.

Ключові слова: електронна комерція, електронний бізнес, інтернет-продажі, ритейл, рекрутинг.

The article outlines a number of problems regarding the peculiarities of the functioning of electronic commerce in wartime conditions. The essence of the definitions of «e-commerce» and «e-business» is substantiated, their commonalities and differences are revealed. The effectiveness of Internet trade of the «Epicenter-K» group of companies during the introduced martial law was characterized, and their recruiting and volunteering activities during the war were analyzed. It has been proven that e-commerce is capable of becoming one of the most powerful segments of the national economy under the condition of economic stimulation of the domestic consumer market.

Keywords: e-commerce, e-business, online sales, retail, recruiting.

Новітня історія людства диктує нові умови здійснення бізнес-взаємин. Посилення конкуренції, глобалізація ринків, стрімкий науковий прогрес у сфері комунікацій та інформаційних технологій змушує підприємців до пошуку нових сучасних методів здійснення господарської діяльності. У цих умовах одним із найважливіших факторів забезпечення конкурентоспроможності фірми стає використання інструментарію електронної комерції.

Дослідженням питання використання мережі Інтернет в комерційній діяльності торговельних підприємств займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як: У. О. Балик, П. Біленчук, Л. Борисова, В. Брижко, М. І. Возний, В. Гаєнко, Т. Дубовик, М. В. Колісник, М. Козир, Ю. Крегул, Т. А. Наумова, А. Новицький, А. М. Одарченко, Л. Ю. Патраманська, К. В. Сподар, Е. Ю. Терещенко, О. В. Топоркова, М. В. Ус, І. В. Янчева та низка інших. Однак вивчення за даною проблематикою наукових праць засвідчило, що серед учених немає однастайності щодо трактування окремих дефініцій.

Так, одні вчені ототожнюють поняття «електронна комерція» та «електронний бізнес», а інші вважають, що ці поняття слід розмежовувати. Ми погоджуємося з твердженням науковців Т. А. Наумової, О. В. Топоркової та І. В. Янчевої, що електронна комерція – це транзакція, котра відбувається через комп'ютерну мережу, внаслідок якої право власності або право використання товаром чи послугою передається від однієї особи до іншої. На відміну від електронної комерції, електронний бізнес, на думку авторів, – це процес, який підприємство незалежно від форми власності проводить за допомогою мережі пов'язаних між собою терміналів. Уважаємо цілком слушним трактування авторів і вважаємо, що загалом електронний бізнес – це значно ширше поняття, ніж електронна комерція [1, с. 157].

Згідно із Законом України «Про електронну комерцію» електронною комерцією є відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [2].

В останній період неухильне збільшення інтернет-продажів стало предметом змагань між ритейлерами. За обсягами реалізації товарів через онлайн-канали формувалися певні рейтинги, а в роздрібних мережах проводилась робота за всіма ймовірними напрямками задля збільшення збуту.

Однак за дослідженням, проведеним асоціацією ритейлерів України (РАУ), повномасштабне вторгнення росії на територію України викликало істотний спад обсягів електронної комерції. Після практично повної її зупинки в перші тижні війни торговельні підприємства згодом відновили логістичні ланцюги, перенесли склади та підлаштувалися під зміни попиту. Також, незважаючи на окремі спалахи споживацьких запитів та збільшення

середнього чеку, повноцінне відновлення торговельного сектору почалося лише з літа. А товарообіг у довоєнних масштабах можна фіксувати лише за певними товарними позиціями.

Згідно з даними опитування Deloitte в Україні, перед війною два роки поспіль мала місце тенденція двократного переважання темпів зростання онлайн-купівлі над офлайн. Серед опитаних 22% респондентів вказали, що частіше купують через мережу Інтернет, і лише 9% здійснюють покупки традиційно офлайн. Власне, така пропорція зберегалась би, оскільки пандемія навчила багатьох споживачів купувати онлайн. Як засвідчило дослідження Soul Partners і Baker Tilly Україна, обсяг ринку e-commerce в 2020 році зріс на 41 % та досягнув \$ 4 млрд, що склало 8,8 % від загального обсягу роздрібною торгівлі в Україні. Прогнозувалося, що ця частка за підсумками 2021-го буде на рівні 9,2 %, або \$ 4,4 млрд. Зважаючи на те, що ринок електронної комерції зріс майже втричі з 2016 року, аналітики передбачали його подвоєння протягом наступних п'яти років [3].

Варто зауважити, що найпривабливішими напрямками щодо збільшення інтернет-продажів залишаються споживча електроніка та одяг. Зокрема, очікувалося, що частка онлайн-продажів електроніки має потенціал росту з 23% до майже 46%. Інтернет-торгівля одягом в Україні зростала у середньому на 26% з 2016 року і досягла \$ 291 млн. у 2020-му. Тобто близько 7% одягу продавалося через онлайн-канали, хоча середній чек був невеликим – \$ 24-31. Втім, Україна взагалі мала найнижчий у порівнянні з сусідніми країнами рівень витрат однієї людини на е-комерцію на рік – \$104. Наприклад, у сусідній Польщі цей показник був на рівні \$541 [3].

Завдяки глобальній діджиталізації послуги онлайн-торгівлі стрімко розвиваються. Проте й ця галузь, як і вся економіка України, зазнала руйнівного впливу повномасштабної війни. Група компаній «Епіцентр-К» є одним із найпотужніших учасників українського ринку ритейлу та лідером у сегменті товарів для дому та ремонту. Крім мережі торгових центрів, до її складу належать виробничі активи та інтернет-магазин. Загалом під час війни через зменшення чисельності споживачів, бойові дії та тимчасову окупацію територій ринок «завмер», а купівельний попит істотно знизився. Діяльність у сфері онлайн-торгівлі ускладнилася через труднощі у всіх важливих складових – технологічних, складських та логістичних операціях.

До прикладу, у перший місяць війни обсяги продажу керамічної плитки та інших покриттів для підлоги зменшилися на 66%, меблів – на 57%, а будівельних матеріалів – на 47%. У квітні й травні ситуація дещо покращилася, і хоча динаміка продажів більшості товарних категорій, пов'язаних із будівництвом та ремонтом, залишається негативною, проте темпи падіння загалом не перевищують 15-20%. Це засвідчує, що навіть незважаючи на війну, наші співвітчизники прагнуть відновлювати своє житло, будувати нове або завершувати раніше розпочаті ремонтні роботи у своїх домівках [3].

Слід відзначити, що пріоритети та настрої покупців змінилися – це підтверджує, зокрема аналітика Google. Так, має місце зниження трафіку та купівельної прибутковості відносно минулих періодів. Доволі високий попит після 24 лютого спостерігався на наступні категорії товарів: корм, сумки та переноски для домашніх тварин, валізи, газові балони, каремати, надувні матраци, електрочайники, борошно та дитячі суміші. Згодом стрімко зросла потреба в електросамокатах каністрах та автолійках, а також раціях та тактичних черевиках (для підтримки ЗСУ) [4].

Структура інтернет-торгівлі торговельного центру «Епіцентр-К» у квітні 2022 р. відображена на рисунку 1.



Рис. 1. Структура інтернет-торгівлі ТЦ «Епіцентр-К» у квітні 2022 р.

Джерело: [3].

Компанія має великий власний автопарк. Наразі частину транспорту передали армії, а частину, як і раніше, використовували для доставки замовлень. Щодо логістики, то до війни 50% покупців під час оформлення та сайті обирали самовивіз із центрів видачі замовлень. Зараз таких – 30%, основна ж частина замовлень доставляється перевізниками. Також компанія запустила мобільні центри надання замовлень у містах, нещодавно звільнених від окупації – Бучі та Ірпені [4].

У групі компаній «Епіцентр-К» працює близько 40 тис. працівників. Для забезпечення функціонування бізнесу компанія проводить активну рекрутингову діяльність. До повномасштабного вторгнення рекрутинг у напрямку E-commerce був досить персоналізованим. Наприклад, під час пошуку категорійних менеджерів переваги надавалися кандидатам із досвідом роботи саме в цій галузі, тим, які знають ринок та конкурентів і не мають потреби довго розвивати асортимент. Однак тепер переважно шукають універсальних фахівців, які вміють адаптуватися до змін та швидко прийняти рішення.

Пандемія COVID-19 спонукала команду працівників «Епіцентр-К» частково перейти на віддалену форму роботи. Так, близько 150 працівників офісу м.Києва перемістилися в інноваційний IQ-офіс, створений та відкритий компанією в грудні 2021 р. у м. Городок Хмельницької області. Саме тут сконцентровано «мозковий центр» групи компаній «Епіцентр-К». Він об'єднує під одним дахом понад 600 спеціалістів IT-департаменту компанії, діджитал-департаменту, відділу контенту, автоматичного замовлення товарів, центру комунікацій тощо [5].

Головним фокусом діяльності групи компаній «Епіцентр-К» в період війни є перемога України у збройній агресії росії. Компанія підтримує Збройні сили України, територіальну оборону та волонтерів. З огляду на це створено три гуманітарні штаби – у Києві, на заході та у центральній частині України, де цілодобово приймають біженців із Маріуполя, Бердянська, Мелітополя та інших гарячих точок. Спільно з Хмельницькою ОВА створено кол-центр для вирішення гуманітарних питань внутрішньо-переміщених осіб, який працює в режимі 24/7. Обсяг допомоги захисникам країни вже перевищив 350 млн. грн. Окрім того, компанія працює над тим, щоб надавати якісні послуги клієнтам. – зокрема, вводяться нові товарні позиції, залучаються нові постачальники, на сайті повернулася можливість оформлення банківських кредитів та розстрочок [6].

Одна з найважливіших соціальних місій «Епіцентру-К» – суттєвий внесок у здорове майбутнє нації. Усвідомленим проявом турботи компанії про збереження життя українців стала активна участь в оснащенні новою технікою установ невідкладної та військової медицини після початку війни. Компанія через фандрейзингову платформу United24 задля закупівлі карет швидкої допомоги вже перерахувала на рахунок МОЗ України 37 млн. грн. Окрім того, у серпні в торговельній мережі «Епіцентр-К» розпочато масштабну акцію щодо збору коштів з метою закупівлі 55 реанімобілів та бронемашин для евакуації поранених із

районів активних бойових дій. Вже закуплено та передано 20 реанімобілів, які допомагають медикам рятувати життя військових та цивільних в різних регіонах країни [6].

Підсумовуючи, зауважимо, що незважаючи на те, що війна внесла деякі обмеження в розвиток електронної комерції, за цих умов необхідно зосередитися на досягненні короткострокових цілей. На нашу думку, варто визначитися зі шляхами побудови ефективних стратегій торговельної політики. Електронна комерція здатна стати одним з наймогутніших сегментів національної економіки за умови економічного стимулювання внутрішнього споживчого ринку та залучення клієнтів з інших країн ЄС після приєднання до Єдиного цифрового ринку Європейського Союзу.

Список використаних джерел та літератури

1. Наумова Т.А., Топоркова О.В., Янчева І.В. Організація обліку в системі електронної комерції. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип.3 (26). С. 153-158. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/9607/1/Naumova_Toporkova_Yancheva_Organization_of_accounting_article_3_26_2021.pdf (дата звернення: 09 січня 2023 р.).
2. Про електронну комерцію: Закон України від 3.09.2015 р. № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 09 січня 2023 р.).
3. Симоненко К. Вплив війни на інтернет-торгівлю: як змінювалися онлайн-продажі рітейлерів протягом I півріччя 2022 року. *RAU*. URL: <https://rau.ua/novyni/vpliv-vijni-na-internet/> (дата звернення: 10 січня 2023 р.).
4. Маєвська К. Галузь E-commerce під час війни: як компанії підтримують бізнес, команди та державу. *Budni. Медіаплатформа про роботу і життя*. 10 червня 2022 р. URL: <https://budni.rabota.ua/ua/news/galuz-e-commerce-pid-chas-viyni-yak-kompaniyi-pidtrimuyut-biznes-komandi-ta-derzhavu> (дата звернення: 10 січня 2023 р.).
5. Христофоров В. «Епіцентр» відкрив інноваційний IQ-офіс на Хмельниччині. *Промисловий портал*. 23 грудня 2021 р. URL: <https://uprom.info/news/it/epicentr-vidkryv-innovacijnyj-iq-ofis-na-hmelnychchyni-foto/> (дата звернення: 10 січня 2023 р.).
6. Оборона, медицина, спорт і освіта – основні напрямки благодійності групи компаній «Епіцентр». *Рітейл*. 12 жовтня 2022 р. URL: <https://delo.ua/retail/oborona-medicina-sport-i-osvita-osnovni-napryamki-blagodiinosti-grupi-kompanii-epicentr-404980/> (дата звернення: 10 січня 2023 р.).

УДК 338.246.88

Тягунова Наталія, кандидат економічних наук., професор кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту.

Тягунова Злата, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та менеджменту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ВЕКТОР ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

В статті досліджено питання щодо сутності соціального підприємництва, його ролі в економіці. Наведено існуючі зарубіжні моделі та можливості їх використання в Україні. Акцентовано увагу на ролі законодавчого регулювання. Встановлено сфери реалізації соціального підприємництва, організаційно-правові форми, що активно використовуються.

Ключові слова: підприємництво, соціальне підприємництво, відновлення, економіка, повоєнний період.

The article examines the issue of the essence of social entrepreneurship, its role in the economy. The existing foreign models and the possibilities of their use in Ukraine are given. Attention is focused