

# ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 316.66:323

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-5-7>

**Гриник О.І.**

викладач кафедри економіки, обліку та оподаткування  
Вінницького навчально-наукового інституту економіки  
Західноукраїнського національного університету

**Сисоєва І.М.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки, обліку та оподаткування  
Вінницького навчально-наукового інституту економіки  
Західноукраїнського національного університету

**Hrynyk Olena**

Teacher, Department of Economics, Accounting and Taxation  
Vinnytsia Educational and Scientific Institute of Economics  
of Western Ukrainian National University

**Sysoieva Inna**

PhD in Economics, Associate Professor,  
Department of Economics, Accounting and Taxation  
Vinnytsia Educational and Scientific Institute of Economics  
of Western Ukrainian National University

## СОЦІАЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖІЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

## BUSINESS SOCIALIZATION AS A LEVER OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

*Сьогодні інноваційна діяльність має велике значення для розвитку підприємства й економіки у цілому. Одним із сучасних інструментів розвитку сучасного суспільства є соціальне підприємництво, тобто реалізація соціально-інноваційної підприємницької діяльності, значна частина прибутків від якої спрямовується на вирішення соціальних проблем. Розроблення та впровадження концепції соціалізації підприємства необхідні як для розвитку суспільних відносин, так і в гармонізації інтересів бізнесу, держави та суспільства. У статті наводиться аналіз наукових підходів до розуміння соціалізації підприємства, опираючись на міжнародний досвід, та виділяються основні напрями розвитку концепційних основ. Наголошено на тому, що більшість авторів основним результатом інноваційного розвитку вважає технічний і дуже мало виділяє соціальний аспект цього процесу. У статті визначено роль соціалізації в інноваційній діяльності підприємства, завдання та напрями вдосконалення державного регулювання, необхідність запровадження моніторингу параметрів соціалізації.*

**Ключові слова:** сутність інновацій, соціалізація інновацій, концепції, інноваційна політика, соціальна ефективність інноваційної політики.

*Сегодня инновационная деятельность имеет большое значение для развития предприятия и экономики в целом. Одним из современных инструментов развития современного общества является социальное предпринимательство, то есть реализация социально-инновационной предпринимательской деятельности, значительная часть доходов от которой направляется на решение социальных проблем. Разработка и внедрение концепции социализации предприятия необходимы как для развития общественных отношений, так и в для гармонизации интересов бизнеса, государства и общества. В статье приводится анализ научных подходов к пониманию социализации предприятия, опираясь на международный опыт, и выделяются основные направления развития концептуальных основ. Отмечено, что большин-*

ство авторов основным результатом инновационного развития считает технический и очень мало выделяет социальный аспект этого процесса. В статье определена роль социализации в инновационной деятельности предприятия, задачи и направления совершенствования государственного регулирования, необходимости внедрения мониторинга параметров социализации.

**Ключевые слова:** сущность инноваций, социализация инноваций, концепции, инновационная политика, социальная эффективность инновационной политики.

Nowadays, the phenomenon of innovation became as important for the development of the enterprise as for the economy equally. On a global scale a new trend is clearly observed, which is manifested in the socialization of enterprises over the last decade. One of the modern tools for the development of modern society is social entrepreneurship. It is the implementation of socially innovative entrepreneurial activities, much of the profits from which are directed to solve any kind of social problems. A social mission is the main thing that distinguishes a social businesses from actual ones and even from a socially responsible businessmen. And unlike ordinary charity, social enterprises are stable business mechanisms that have a much greater impact on existing problems. They allow to create more efficient allocation of financial resources. The development and implementation for the concept of socialization of the enterprise is necessary. Furthermore it is important equally for the development of social relations and in the harmonization of the interests of business, state and society. At the same time, the phenomenon of business socialization is not a sufficiently developed activity in Ukraine. This article is devoted to the study of socialization of the enterprise. The article provides an analysis of scientific approaches to understanding the socialization of the enterprise, based on international experience and highlights the main directions of development of conceptual foundations. It is emphasized that most authors consider the technical and very little social aspect of this process to be the main result of innovative development. The pragmatism of the need for the management of changes adequate to the requirements of the society is due to the fact that the above considered tendencies transfer the spectrum of business philosophy not to cash flows and management functions, but to leadership, partnership and social capital increase, often not only at the expense of physically attracted resources. Research of the organization of innovative activity is also impossible without allocation of the used mechanisms, definition of their essence. As a result, the authors identified the role of socialization in the innovation activities of the enterprise, the tasks and areas of improvement of state regulation, the need to monitor the parameters of socialization.

**Keywords:** essence of innovations, socialization of innovations, concepts, innovation policy, social effectiveness of innovation policy.

**Постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Інноваційна діяльність як сфера суспільної діяльності людей має свої особливі властивості, оскільки в її результатах відображаються як конкретні матеріальні активи, так і результати у вигляді розмаїтих нематеріальних активів. Помилково зводити інноваційну діяльність лише до одержання прибутку. На думку все більшої кількості авторів, інноваційна діяльність повинна орієнтуватися не лише на технологічний та економічний аспект виробництва, а й на соціальний.

В Україні впровадження принципів соціалізації діяльності підприємств практикують лише підприємства корпоративного сектору, що виходять на світові фінансові ринки, через необхідність публікації нефінансових звітів та підтримки іміджу. Розроблення та впровадження концепції соціалізації необхідні як для підкреслення важливості етичної і соціально відповідальної поведінки підприємств для всіх учасників суспільних процесів, так і для забезпечення безперервного системного вдосконалення соціальних відносин в економіці. Це дасть змогу більшості підприємницьких структур посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших зацікавлених сторін. Головне, що відрізняє соціального підприємця від бізнес-підприємців і навіть від соціально відповідального бізнесмена, – це соціальна місія. А на відміну від звичайної благодійності соціальні підприємства – це сталі бізнесові механізми, які мають набагато більший вплив на існуючі проблеми та дають змогу ефективніше розподіляти фінансові ресурси.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій**, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Аналіз останніх наукових публікацій та економічної інформації свідчить про те, що в Україні формування цілісної наукової школи з проблем інноваційного розвитку перебуває у початковій стадії, а окремі дослідження із цього питання не мають системного характеру, недостатньо підтримані державою. Водночас у багатьох наукових публікаціях наголошено, що необхідними умовами інноваційного розвитку є стабілізація суспільства та його соціальна збалансованість. Наукові розробки з питань інноваційного розвитку, де в полі зору немає соціального складника цього процесу, приречені на безперспективність.

Інноваційні процеси не залишилися поза увагою наукової громадськості. Цій тематиці присвячені численні наукові розвідки таких українських авторів, як О. Бородіна, В. Будкін, О. Васюренко, В. Гусев, М. Збуржинська, О. Коваленко, М. Макаров, С. Мочерний, І. Пасічник, М. Пашута, Е. Савицький, Н. Сіренко, В. Трегобчук, О. Тивончук, В. Чеботарьова, М. Шарко, В. Юрчишин.

У своїх дослідженнях більшість науковців подає із власних позицій змістове трактування категорії «інновація», висвітлюються галузеві особливості інноваційних процесів, чинники, які стримують інноваційний розвиток, недоліки в управлінні та його фінансуванні. Проте зазвичай інновації розглядають переважно з технократичного боку (новий виріб, нова технологія), і недостатньо, на нашу думку, уваги приділено соціальному аспекту інноваційної діяльності.

Особливості формування системи соціальної відповідальності на підприємствах розглянуто у пра-

цях Д. Баюри, К. Белявської, Л. Будьонної, С. Мельник, О. Охріменко, Н. Шири [1, с. 19; 2, с. 231–232; 3, с. 167; 13, с. 112]. Окремі теоретичні аспекти механізму забезпечення соціальної відповідальності бізнесу досліджували І. Дунаєв, О. Коваленко, С. Король, О. Макара, М. Мурашко, С. Панченко [7, с. 19–21]. Упровадження практик соціалізації підприємств як основи інноваційного розвитку економіки вивчали Л. Вергун, Н. Волосковець, О. Гуменна [5, с. 97–98].

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає у дослідженні явища соціалізації підприємства в розрізі її проявів та суспільного впливу на сучасному етапі розвитку суспільних та ринкових відносин. Наше завдання – дослідження соціального складника інноваційних процесів, впливу інновацій на формування інтелектуального соціально розвинутого підприємництва у цілому.

**Вклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У переважній більшості країн ЄС у різній формі розроблені та функціонують державні програми підтримки і стимулювання соціалізації бізнесу. Завдяки таким програмам держава визначає бажану поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, матеріально стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності [10, с. 108–110].

Держави багатьох країн світу почали перехід від жорсткої моделі прямого втручання держави на рівні економічного механізму до м'яких, не директивних форм регулювання соціалізації економіки через [9, с. 17–19]:

- активізацію інноваційного розвитку, масове застосування нововведень в управлінні на основі ентузіазму мас та прагнення суспільних трансформацій;
- виникнення та всляку підтримку осередків самоорганізації, де власне й формується модель соціалізації економіки;
- налагодження партнерства між державою, регіонами та територіальними громадами на основі використання різних видів соціального партнерства;
- формування середовища інформативності, креативності, високого рівня комунікативності у соціумі через упровадження всіх рівнів електронного урядування та електронного самоврядування;
- полегшення доступу до власності, капіталу, знань та інформації членів суспільства через розширення меж відкритості й прозорості всіх систем державного управління (законодавчої, виконавчої та силовій);
- ефективне використання інтелектуального потенціалу нації через створення критичної маси реформаторів у владній еліті, які мають відповідні знання й готові до якісних, радикальних змін та системних трансформацій у суспільному житті.

Створення комплексу умов, які б стимулювали розвиток соціальної активності на основі об'єднання описаних елементів та поєднання методів державного регулювання і місцевої ініціативи електронного самоврядування, є передумовою державної підтримки інноваційного розвитку.

Зміст соціалізації полягає у формуванні якостей та характеристик, необхідних для виконання соці-

альних ролей, а її процес відбувається під час обопільно активної взаємодії з оточенням, наслідком чого є засвоєння і зміна форм поведінки [10, с. 111]. Основними завданнями впровадження концепційних основ соціалізації підприємств є: сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу як чинника модернізації економіки, підвищення її конкурентоспроможності; запровадження єдиних підходів до розуміння соціальної відповідальності бізнесу в Україні всіма учасниками суспільних процесів; сприяння розвитку системи нефінансового звітування з метою більшої поінформованості суспільства щодо реалізації суб'єктами господарювання заходів із соціальної відповідальності бізнесу; удосконалення існуючих і розвиток нових форм державно-приватного партнерства для економічного, соціального й екологічного розвитку громад та територій; створення передумов для виконання вимог трудового законодавства та розвитку персоналу, забезпечення прав людини, етичного виховання та освіти членів суспільства; розвиток програм ресурсозбереження та енергоефективності; розвиток ділової етики, ефективного використання інтелектуального та соціального капіталу підприємницьких структур.

Виконання завдань державного регулювання розвитку соціалізації підприємства може бути забезпечено організаційними та нормативними заходами за напрямками:

- забезпечення сприятливих правових, фінансових, податкових та організаційних умов для розвитку соціальної відповідальності підприємницьких структур;
  - унормування механізмів стимулювання запровадження політики соціалізації та реалізації соціально важливих програм на основі державно-соціально-го партнерства;
  - забезпечення державної підтримки проведення публічних заходів та поширення інформації з провітницьких питань та результативності соціалізації підприємства на всіх рівнях управління;
  - широке залучення засобів масової інформації, громадських організацій та академічних кіл до формування і запровадження механізмів регулювання та стимулювання соціальної відповідальності бізнесу.
- Детальне розроблення національної концепції соціалізації підприємства має враховувати [9, с. 121]:
- специфіку існуючих умов, ступінь розвитку взаємовідносин суб'єктів господарювання із зацікавленими сторонами;
  - етапність упровадження концепції та широку інформаційну роботу щодо важливості ролі соціальної відповідальності бізнесу для сталого розвитку;
  - відображення принципів соціалізації на всіх рівнях договірному регулювання соціально-трудових відносин, під час укладання Генеральної, галузевих та регіональних тарифних угод, а також колективних договорів;
  - розроблення національних стандартів соціалізації на мезо- та макрорівні;
  - розроблення критеріїв для визначення соціалізації та запровадження їх публічного рейтингового відображення, що можуть бути виражені через отримання нагород за найкращі практики;

– запровадження дієвих мотиваційних механізмів застосування стандартів соціальної відповідальності, особливо в частині суспільного визнання та формування позитивного іміджу компаній.

Викладена концепція та напрями її трансформації дадуть змогу збільшити привабливість підприємницької діяльності, поліпшити фінансово-економічний стан суб'єктів бізнесу та їх взаємодію із суспільством, якісно змінити стандарти життя громадян.

**Висновки** з цього дослідження і перспективи подальших розвідок. Сьогодні підприємства не лише формують ринкову пропозицію у товарах, роботах чи послугах та конкурують на власному сегменті діяльності, а й реагують на суспільні потреби шляхом коригування внутрішньоорганізаційної діяльності та зовнішньої поведінки. Розроблення та впровадження концепції соціалізації підприємств бізнесу необхідні як для підкреслення важливості етичної і соціально відповідальної поведінки підприємств для всіх учасників суспільних процесів, так і для забезпечення безперервного системного вдосконалення соціальних відносин бізнесу. Це дасть змогу більшості підприємницьких структур посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших зацікавлених сторін.

При цьому будь-які соціально спрямовані дії у межах внутрішніх і зовнішніх програм повинні бути скоординовані зі стратегічними завданнями розвитку. Необхідно підкреслити взаємозв'язок і взаємозалежність обох сторін відповідальності, їх видів і проявів, адже у соціальних відносинах не може бути односторонньої відповідальності.

В умовах глобалізації успішні та конкурентні стратегії компаній повинні співпрацювати з країнами різних цивілізацій та культур, уміти домовлятися й цивілізовано вести бізнес; мислити глобально та регіонально, враховуючи домовленості у сфері інвестицій та торгівлі між країнами світу, та бути соціально відповідальним суб'єктом.

Соціально відповідальному бізнесу віддають перевагу всі зацікавлені сторони. Для країн, що активно розвивають лінію соціалізації бізнесу, це означає пряме зростання надходжень іноземного капіталу, зростання обсягів зовнішньої торгівлі, прийняття участі країни у міжнародних відносинах, зростання інвестицій в інноваційні технології, інтелектуальні активи, соціалізацію взаємовідносин.

Отже, сьогодні в сучасних умовах розвитку економік країн світу соціалізація є стратегічним ресурсом країни, що зможе забезпечити її майбутнє. Залучаючи іноземні інвестиції транснаціональних компаній, Україна та інші приймаючі країни забезпечать економічне зростання та підвищать рівень конкурентоздатності.

Загальним недоліком у теоретичному обґрунтуванні сутності інноваційного процесу є недооцінка значущості розвитку сфери послуг та соціальної функції інновацій, яка реально трансформується у рівні життя населення (доходи, споживання), способі життя (зайнятість, забезпеченість об'єктами освіти, культури, мистецтва), здоров'ї та довголітті. Одним із чинників зниження асоціальності майнового розшарування населення повинен бути ринково-інноваційний тип від-

творення робочої сили та формування дієздатності мережі недержавних соціальних інституцій.

Перспективними напрямками подальших наукових досліджень можуть бути питання, що стосуються інституційних інструментів для підвищення кількості та якості суспільних благ, та аналіз емпіричного простору соціалізації бізнесу загалом.

#### Бібліографічний список:

1. Баюра Д.О. Формування системи корпоративного управління на засадах соціальної відповідальності. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2013. С. 18–22.
2. Белявська К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. С. 228–233.
3. Вергун Л.І. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах глобальної фінансово-економічної кризи. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2010. С. 165–170.
4. Волосковець Н.Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. URL: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb\\_17\\_ekon/index.html](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/index.html) (дата звернення: 21.09.2020).
5. Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000). URL: [globalcompact.org.ua](http://globalcompact.org.ua) (дата звернення: 18.09.2020).
6. Гуменна О.В. Соціальна відповідальність бізнесу в контексті інноваційного розвитку економіки. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvamu/Ekon/2009\\_7/09gavdoe.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu/Ekon/2009_7/09gavdoe.pdf) (дата звернення: 04.09.2020).
7. Коваленко О.В. Соціальна відповідальність бізнесу як наслідок державного регулювання економіки. URL: <http://www.icp-ua.com/ru/node/1155> (дата звернення: 07.10.2020).
8. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: <http://kbs.org.ua/index.php?get=14&id=5817> (дата звернення: 01.09.2020).
9. Куцук В.І. Розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Підприємництво і торгівля*. 2019. URL: <http://irbis-nbu.gov.ua> (дата звернення: 21.09.2020).
10. Овсянюк-Бердадіна О.Ф. Соціалізація бізнесу та ринкові прояви Науковий погляд: економіка та управління. 2019. URL: [http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgibin/irbis\\_nbu/cgiiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=vamsue\\_2019\\_1\\_8](http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgibin/irbis_nbu/cgiiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=vamsue_2019_1_8) (дата звернення: 10.10.2020).
11. Мурашко М.І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: <https://dse.org.ua/archive/12/11.pdf> (дата звернення: 15.10.2020).
12. Панченко Н.Г. Формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. С. 377–384.
13. Результати опитування: соціальна відповідальність бізнесу в Україні. URL: [http://www.un.org.ua/files/SURVEY\\_UKR.pdf](http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf) (дата звернення: 18.09.2020).
14. Шира Н.О. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502> (дата звернення: 21.09.2020).

#### References:

1. Baiura D.O. (2013) Formuvannia systemy korporativnoho upravlinnia na zasadakh sotsialnoyi vidpovidalnosti. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka. – Seriya "Ekonomika"*, pp. 18–22.
2. Belyavska K.S. (2011) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: evoliutsiia pohliadiv na problemu. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, pp. 228–233.



3. Verhun L.I. (2010) Sotsialna vidpovidalnist biznesu v umovakh hlobalnoi finansovo-ekonomichnoi kryzy. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky* : zb. nauk. prats. Kyiv. P. 165–170.
4. Voloskovets N.Yu. (2010) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv yak osnova innovatsiinoho rozvytku suchasnoi ekonomiky. *Nauk. pratsi KNTU. Ekonomichni nauky*. Available at: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb\\_17\\_ekon/index.html](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/index.html) (accessed 21 September 2020).
5. Hlobalnui dohovor OON (UN Global Compact, 2000). Available at: <http://www.globalcompact.org.ua> (accessed 18 September 2020).
6. Humenna O.V. Sotsialna vidpovidalnist biznesu v konteksti innovatsiinoho rozvytku ekonomiky. Available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvamu/Ekon/2009\\_7/09ga\\_vdoe.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu/Ekon/2009_7/09ga_vdoe.pdf) (accessed 04 September 2020).
7. Kovalenko O.V. Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak naslidok derzhavnoho rehuliuвання ekonomiky. Available at: <http://www.icp-ua.com/ru/node/1155> (accessed 07.10.2020).
8. Kontseptsiiia natsionalnoi stratehii sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini. Available at: <http://kbs.org.ua/index.php?get=14&id=5817> (accessed 01 September 2020).
9. Kutsyk V.I. (2019) Rozvytok kontseptsii sotsialnoi vidpovidalnosti binesu v Ukraini. *Pidpriemnytstvo i torhivlia*. Available at: <http://irbis-nbu.gov.ua> (accessed 21 September 2020).
10. Ovsianiuk-Berdadina O.F. (2019) Sotsializatsiia biznesu ta rynkovi proiavy Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia. Available at: [http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbu/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&S21P03=FILE=&S21STR=vamsue\\_2019\\_1\\_8](http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILE=&S21STR=vamsue_2019_1_8) (accessed 10 October 2020).
11. Murashko M. I. Kontseptualni osnovy sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu v Ukraini. Available at: <https://dse.org.ua/arhchive/12/11.pdf> (accessed 15 October 2020).
12. Panchenko N.H. (2018) Formuvannia kontseptsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstva. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. P. 377–384.
13. Rezultaty opytuvannia: sotsialna vidpovidalnist biznesu v Ukraini. Available at: [http://www.un.org.ua/files/SURVEY\\_UKR.pdf](http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf) (accessed 18 September 2020).
14. Shyra N.O. (2013) Napriamy vprovadzhennia systemy korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti v praktyku ukrain-skykh pidpriemstv. *Efektivna ekonomika*. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502> (accessed 21 September 2020).