

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС:

СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

ХІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

(М. ПОЛТАВА, 27-28 КВІТНЯ 2023 РОКУ)



ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

**XIII Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 27–28 квітня 2023 року)

**Полтава
ПУЕТ
2023**

Редакційна колегія:

О. О. Нестуля, д-р іст. наук, професор, ректор Полтавського університету економіки і торгівлі (ПУЕТ);

А. С. Ткаченко, канд. техн. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, директор навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

П. Ю. Балабан, канд. екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

В. І. Місюкевич, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

Ю. В. Іванов, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

О. М. Михайленко, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ;

В. В. Лісіца, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ПУЕТ.

Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації :
M52 матеріали XIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27–28 квітня 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 293 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-451-2

У матеріалах XIII міжнародної інтернет-конференції розглянуто актуальні проблеми розвитку мережевого бізнесу в Україні та зарубіжних країнах в умовах глобальних економічних змін.

Наукові дослідження авторів спрямовано на з'ясування сучасного стану та перспектив подальшого розвитку торговельної сфери й інших видів економічної діяльності, трансформаційних процесів у споживчій кооперації, структурних змін ринку під впливом мережових операторів, проблем маркетингу та менеджменту торговельних підприємств, виявлення аспектів інноваційного розвитку мережевого бізнесу і торгівлі та проблемних питань підготовки фахівців торгівлі, якості та конкурентоспроможності товарів у глобальній економіці.

УДК 339:004.738.5(063)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.

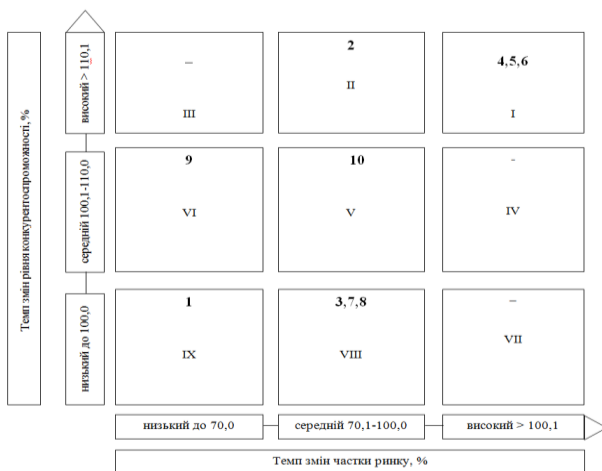


Рисунок 1 – Матриця Мак Кінзі (залежність темпів змін інтегральних показників конкурентоспроможності (рівня конкурентоспроможності) від частки ринку (рівня конкуренції) середніх торговельних підприємств Полтавської ОТГ за 2019–2020 роки

Список використаних інформаційних джерел

1. Thompson Arthur A., Strickland A. Y. Strategic Management: Concepts and Cases. – Plano, Texas: Business Publications, Inc., 1987. – 364 p.
2. Балабан П. Ю. Національний кооперативний рух в економіці ринкового типу : монографія / П. Ю. Балабан, А. М. Соколова. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 222 с.
3. Porter M. E. Competitive Strategies: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York : Free Press, 1980. – 628 p.

Н. В. Проскурня, аспірант
ПУЕТ, м. Полтава

ВИКЛИКИ СТАЛОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Більше року економіка України потерпає від кривавої війни, підступно розв’язаної проти незалежності нашої держави та вибору нею європейського вектору розвитку. Увесь цей час віт-

чизняний бізнес намагається триматися на плаву. Підприємцям довелося, оговтавшись від шоку початку повномасштабного вторгнення, підлаштовуватися до нових суворих умов.

Безліч бізнесів понесли великі збитки, особливо на початку великої війни. Звісно, є підприємці, які втратили все, – через жорстокі руйнування та окупацію частини наших територій. Але в цілому бізнес намагався вижити та продовжити роботу, попри всі старання рашистів зруйнувати нашу економіку – як бойовими діями, так і енергетичною кризою.

Падіння національної економіки за підсумками 2022 року склало безпрецедентні 30,4 відсотка, а споживча інфляція становила 26,6 відсотка, що означає здорожчання товарів і послуг в Україні в середньому на чверть. Відбулася і значна девальвація національної валюти – з 29 грн/дол. перед вторгненням до 40 грн/дол. станом на зараз на готівковому валютному ринку, що теж не могло не позначитися на вартості товарів і послуг [1].

Крім значного падіння добробуту та зростання цін, з початку війни бізнес практично втратив можливість вести зовнішньоекономічну діяльність: кордони з рф та білорусією, зі зрозумілих причин, були закриті, так само була паралізована робота вітчизняних морських портів, а можливості західного кордону були значно обмежені. Крім того, з України за кордон виїхало 8 млн осіб, рятуючись від бойових дій, а всередині країни майже 5 млн людей стали внутрішніми переселенцями.

У цих складних умовах більшість українців намагалися згуртуватися та підтримати вітчизняну економіку, невід’ємною частиною якої є бізнес. Так, багато людей почали віддавати перевагу товарам місцевих виробників, більшої популярності набувають саме українські бренди.

Цьому сприяє і відмова від російських та білоруських товарів, які раніше, на жаль, займали частину полиць в місцевих магазинах і цілі торговельні площі у ТРЦ. Українці перестали підтримувати економіку агресора грошима. А ще зараз все більше людей прискіпливо вивчають і діяльність іноземних компаній: якщо вони не покинули ринок нашого ворога, багато хто відмовляється від їхніх товарів. І часто на користь українських, адже наші виробники, як ніколи, потребують підтримки.

Те, що війна завдала величезних збитків підприємцям, красномовно говорять цифри. За даними Європейської Бізнес Асоціації (ЄБА), у 83 відсотків компаній-членів асоціації відбулося падіння бізнесу у 2022 році. При цьому у 29 відсотків опитаних відбулося падіння до 20 відсотків, у понад половини – падіння на 21 відсоток і більше. І тільки у 6 відсотках опитаних компаній не було змін, а ще 11 відсотків змогли похвалитися зростанням доходів у такий складний рік [2].

У Київській школі економіки підраховали загальні втрати українських підприємств від війни. За оцінками фахівців, загальна сума прямих збитків підприємств (включно з державними) складає 13 млрд доларів, а загальні непрямі збитки оцінюються у понад 33 млрд доларів. Для відновлення підприємств же потрібно майже 25 млрд доларів.

Окрім падіння доходів, звісно, відбулися безліч інших змін, що негативно позначилися на роботі підприємців та суттєво ускладнили можливості ведення діяльності. І один з найяскравіших прикладів – атаки на енергетичні об'єкти, що призвели до масових тривалих відключень електроенергії, з якими довелося зіткнутись усім українцям останні п'ять місяців.

За даними експертних оцінок, 89 відсотків компаній відчули вплив російських ракетних атак на свою діяльність [1].

Найбільшими проблемами, з якими зіткнувся бізнес на початку війни – це логістика, проблема доставки закордонних товарів та й взагалі виїзд за кордон, валютні розрахунки та невизначеність у майбутньому, перебої зі зв'язком та інтернетом та проблемами з бронюванням співробітників та виїздом за кордон: у 88 відсотків компаній є мобілізовані працівники, а у третини були мобілізовані критичні спеціалісти, здебільшого це ІТ фахівці, інженери та інші представники технічних спеціальностей [2].

У нашому післявоєнному майбутньому, під час відновлення країни, фахівці очікують, що вітчизняний бізнес стикнеться з недостатністю знань, експертизи та технологій, дефіцитом кадрів, складністю отримання фінансування для відновлення, а також адаптацією до нових умов. Крім цього, проблемами для підприємців можуть стати зростання конкуренції, відсутність

платоспроможних клієнтів, обмежений доступ до дешевих фінансових ресурсів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Химич І. Г., Тимошик Н. С. Бізнес-аналіз: стратегія діяльності в умовах війни. II Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції в бізнесі та менеджменті: теорія і практика»: зб. тез доп. Одеса : ОНМУ, 2022. С. 86–89.
2. Маряш М. Функціонування вітчизняного бізнесу в умовах війни : мат. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах», 2022. С. 111–112.

*Д. І. Сапожник, канд. техн. наук, доцент
ЛТЕУ, м. Львів*

ПІДВИЩЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Для української економіки важливо розвиватися відповідно до світових тенденцій і посісти на світових ринках гідне місце за рахунок формування конкурентних переваг. Конкурентоспроможна економіка продуктивна, а продуктивність веде до зростання рівня доходів населення. Високий рівень глобальної конкурентоспроможності національної економіки дасть змогу підвищити обсяги зовнішньої торгівлі, темпи економічного зростання і рівень життя населення.

В економічній сфері глобалізація є процесом, у якому підприємства, організації та країни взаємодіють у міжнародному масштабі, обмінюються товарами, послугами або капіталом – це економічна глобалізація. Крім економічної, є й інші види глобалізації [1, 2]:

- *технологічна глобалізація* (зв'язок через цифрові платформи – Facebook, Instagram, Skype, Youtube);
- *фінансова глобалізація* (глобальна фінансова система, міжнародні фінансові та валютні біржі);

Логвин М. М., Мороз М. В. Організація молодіжного туризму в Україні	35
Логвин Д. М., Ружинський І. Ю. Організація туристичного сектору в Прибалтиці як досвід для України.....	39
Лозова О. В. Транснаціоналізація, як ключовий фактор формування глобальної світової економіки.....	43
Марченко О. О., Михайленко О. М. Санкційний комплаєнс як елемент комплаєнс-контролю підприємства	46
Момот В. Є., Литвиненко О. М. Підтримка торгівельної діяльності вітчизняних підприємств під час війни	50
Овсієнко А. М. Матриця Мак Кінзі як інструмент обґрунтування стратегії розвитку підприємств середнього бізнесу у сфері торгівлі.....	53
Проскурня Н. В. Виклики сталому розвитку українського бізнесу в умовах війни	56
Сапожник Д. І. Підвищення глобальної конкурентоспроможності національної економіки	59
Stetsenko V. V. Innovations and Opportunities for the US war economy	62
Черепанова В. О., Кобєлєва Т. О., Перерва П. Г. Міжнародні стратегії управління стратегічними змінами.....	64
Шуканов П. В., Гапон Р. О., Кириченко А. О. Культурно-пізнавальна привабливість туристичної індустрії Житомирської області	68

Наукове видання

МЕРЕЖЕВИЙ БІЗНЕС: СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

МАТЕРІАЛИ

XIII Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 27–28 квітня 2023 року)

Дизайн обкладинки *П. В. Кійченко*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 17.
Зам. № 300/2012.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.