

Програмний підхід та координація між різними інституціями також забезпечить прозоре та зрозуміле фінансування, сприятиме ефективному використанню бюджетних коштів, запобігатиме дублюванню та суперечливості між собою програм розвитку як на державному, так і на місцевому рівнях. Також такий підхід сприятиме залученню приватного капіталу до розвитку туристичної сфери, зокрема у формах державно-приватного партнерства чи меценатства.

Перелік використаних джерел

1. Концепція Державної цільової програми розвитку галузі туризму “Мандруй Україною” до 2026 року. URL: https://mkip.gov.ua/files/pdf/Концепція_розвитку_туризму_2021_public.pdf.
2. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Economics Bulletin*, 2015, №3. С.76-82. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2015/3/EV20153_076-082.pdf.
3. Донченко Л.М., Гостева Н.П. Проблеми та перспективи державної підтримки розвитку туризму. Запоріжжя: В-во КПУ. Держава та регіони. № 1. 2010. С. 37-42.

УДК 330

Панухник Олена

доктор економічних наук, професор
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Olena Panukhnyk

Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ВІЙНА ТА УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС

WAR AND UKRAINIAN BUSINESS

Війна росії проти України суттєво змінює середовище функціонування підприємств, розриває налагоджені логістичні ланцюжки, а також створює нові виклики та ризики, пов'язані з реорганізацією бізнесу. В таких умовах критично важливо віднайти той формат функціонування підприємств, який зможе забезпечити максимальне збереження наявних потужностей та ресурсів, а також сформулювати нові, перспективні напрямки роботи.

Необхідно усвідомити, що ті підходи до організації виробництва, просування продукції на ринки, інструменти конкурентної боротьби, які були актуальними та демонстрували свою ефективність ще декілька років або й місяців тому, кардинально трансформуються. З огляду на це, розробка нових поведінкових сценаріїв бізнесу є нагальною та вкрай важливою.

У процесі аналізу підприємницьких настроїв та оцінювання ключових параметрів середовища функціонування українських суб'єктів господарювання, варто звернути увагу на аналітичні дослідження, які активно проводяться в Україні на основі статистично значущих вибірок респондентів. Одним із таких є щомісячне опитування підприємств «Український бізнес під час війни», яке проводить ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» в рамках проекту «За чесну та прозору митницю», який фінансується

Європейським Союзом і співфінансується МБФ «Відродження» та благодійним фондом ATLAS Network (США) [1]. У дослідженні прийняло участь 327 підприємств з різних галузей і різного розміру в період з 28 квітня до 7 травня 2022 року.

Загалом, бізнес вказує на надзвичайно високий рівень невизначеності, який формується, перш за все, такими викликами, як зростання цін, нестача палива, труднощі із транспортним сполученням. Також додає складнощів неможливість використання підприємствами, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю вже традиційних для них шляхів експорту.

Окремі блоки дослідження стосувалися суб'єктивних оцінок стану фінансово-економічного становища, відповідно до яких майже половина представників бізнесу – 47,4 % – оцінила поточну фінансово-економічну ситуацію на підприємстві як погану; 44,4 % опитаних описали її як задовільну та лише 8,2 % опитаних позитивно оцінюють поточну ситуацію на їхньому підприємстві.

Такі результати є цілком закономірними, адже мабуть не залишилося жодного підприємства, яке би змогло уникнути деструктивних військових, соціальних чи економічних впливів.

На Рис. 1 показано результати розрахунку часток підприємств, які припинили діяльність порівняно з довоєнним періодом.

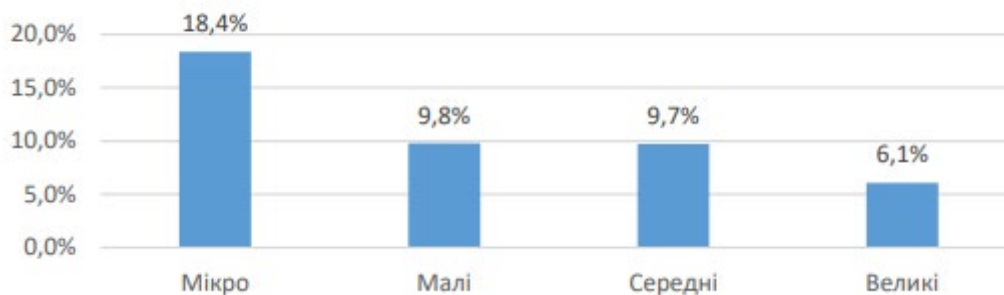


Рисунок 1. Частка підприємств, які припинили діяльність порівняно з довоєнним періодом (за розміром підприємств, %)

Джерело: [1]

Зважаючи на специфіку функціонування мікробізнесу (невелика чисельність працівників, обмеженість фінансових ресурсів, відсутність значних запасів сировини, матеріалів, продукції), саме у цій групі суб'єктів підприємництва спостерігається найбільша частка тих, які не працюють (18,4 %).

Заходи державної підтримки бізнесу, які реалізовувалися інструментарієм податкової та монетарної політики, проявили свою ефективність частково, і, зрештою, у червні 2022 року отримали реверсний характер.

Що стосується регіонального зрізу змін у діяльності підприємств, найбільше постраждав бізнес Чернігівської області (40 % опитаних підприємств цієї області припинили свою роботу повністю), Одеської (32 %), м. Київ (22 %).

Серед усіх опитаних підприємств, які продовжують працювати, 74 % стверджують, що обсяг виручки у них зменшився або й взагалі реалізація не відбувалася.

Такі зміни у бізнес-середовищі України є вкрай загрозливими з огляду на існування горизонтальних та вертикальних зв'язків між підприємствами, на переналагодження яких потрібен час та ресурси.

Серед найважливіших проблем, які були визначені підприємствами, що взяли участь у дослідженні, окрім інфляційних та логістичних є брак робочої сили, адже міграція лютого-травня 2022 року є вимушеною та незбалансованою (Рис. 2).



Рисунок 2. Найважливіші проблеми для опитаного бізнесу під час війни
Джерело: [1]

Таким чином, комплекс реалізованих та потенційних ризиків в українському середовищі функціонування бізнесу наростає, що неможливо компенсувати державним прямим фінансуванням, а отже, підприємництво змушене самостійно переформатовуватися задля перемоги України.

Перелік використаних джерел

1. Щомісячне опитування підприємств «Український бізнес під час війни». URL: http://www.ier.com.ua/ua/areas_of_research/business_climate?pid=6921

УДК 336

Подвірна Тетяна
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Tetiana Podvirna
PhD (Economics),
Senior Lecturer of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ІНФЛЯЦІЯ СПОЖИВЧИХ ЦІН В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ

CONSUMER PRICE INFLATION IN CONDITIONS OF MILITARY AGGRESSION

Повномасштабна військова агресія проти України завдала потужного удару по всіх ланках економічної системи нашої держави. Суттєво знизилася ділова активність, близько