

відносин із покупцем постачальники послуг повинні розвивати навички маркетингу взаємовідносин. Сьогодні, коли посилюється конкуренція, підвищуються витрати, а продуктивність та якість погіршуються, виникає необхідність прийняття складніших маркетингових рішень, що включають посилення конкурентної диференціації, якості обслуговування та продуктивності.

Перелік використаних джерел:

1. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. (2018) Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 508 с.

УДК 336.63:339.9

Янчинський Ростислав

аспірант кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Панухник Олена

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

Rostyslav Yanchynskyi

Postgraduate Student of the Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Olena Panukhnyk

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

**СТАН ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ
У РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ
STATE OF DOMESTIC ENTERPRISE IN THE INTERNATIONAL ARENA IN
TODAY'S REALITIES**

В умовах глобалізаційних перемін, інтернаціоналізації та посиленої конкуренції на міжнародному ринку сучасні суб'єкти бізнес-середовища виступають міцною основою поступу кожної країни в економічному спрямуванні та визначають зовнішньоекономічну діяльність держави, кон'юнктуру ринку й науково-технічний прогрес загалом.

Україна є державою із величезним ресурсним, інтелектуальним та науково-технічним потенціалом та країною із хорошими можливостями для успішного ведення міжнародного підприємництва. Однак, сьогоденна розгорнута повномасштабна війна в Україні, яка почалась у лютому 2022 року, назавжди внесла свої корективи у структуру ринку (скорочення обсягів виробництва, порушення логістичних процесів, руйнування соціальної інфраструктури і т.п.) та змусила бізнес швидко адаптуватися до нових умов – кризових. Відтак, не всі суб'єкти зуміли це зробити – хтось припинив свою діяльність, хтось змінив вид робіт чи місце знаходження бізнесу обравши безпечні регіони держави, а хтось ризикуючи усім відкриває нові напрями підприємницької діяльності.

Війна серйозно вплинула не лише на український народ, який зараз невимовно зазнає непоправних втрат, війна – це глобальна катастрофа всієї політики безпеки, котра спричинила низку проблем (розвиток світової продовольчої кризи, зростання ціни на енергоносії та ґрунтовні зміни європейської енергетичної системи, ускладнене транспортування товарів між країнами й відповідно відсутність експортного прибутку для компаній, високий рівень безробіття у світі, криза біженців у Європі, зростання бідності,

зниження глобальної активності міжнародного бізнесу, скорочення потоку венчурного капіталу через міжнародні кордони) нагнітаючи тривимірну світову кризу – продовольчу, енергетичну та фінансову.

Сьогодні, за останніми даними український бізнес обвалився на 50%, а сама країна немає належних економічних можливостей у порівнянні із розвиненими державами світу запроваджувати потужні програми допомоги, тому розуміємо, що міжнародна діяльність виступає чи не єдиним ефективним способом виходу із кризи та можливістю підтримати вітчизняну економіку задля її відновлення.

Зазначимо, що борючись сьогодні із неплатоспроможністю клієнтів, нестабільною ситуацією на мікро- і макrorівнях, відсутністю належного фінансування на державному рівні, вже зараз необхідно досліджувати ключові важелі та реалізовувати головні напрями економічного поступу міжнародної діяльності у післявоєнний період в Україні з метою формування соціально відповідального бізнесу згодом [1]:

- 1) підвищення офіційного курсу НБУ до комерційного рівня;
- 2) стимулювання розвитку експорту шляхом виділення безвідсоткових кредитів для компаній;
- 3) заохочення потоку іноземного капіталу в український бізнес;
- 4) розвиток інновацій у сфері охоронної безпеки та кібербезпеки;
- 5) створення платформи післявоєнної трансформації українського бізнесу на міжнародному ринку;
- б) розвиток співпраці з міжнародними підприємствами.

Отже, для ефективної інтеграції українських суб'єктів підприємництва у європейську та світову спільноти та з метою майбутньої перемоги й розбудови економіки України, виходу її на вищий щабель поступу та посилення економічної стійкості, слід першочергово акумулювати усі державні зусилля на підтримку й активізацію українського бізнесу у міжнародному бізнес-середовищі змінюючи політику ціноутворення, умови кредитування суб'єктів бізнесу, матеріально-технічне забезпечення, умови міжнародної діяльності, а також прискорено впроваджуючи директиви Європейського Союзу у національне законодавство.

Перелік використаних джерел

1. Шацька З.Я., Лесюта Н.Ю. Особливості зовнішньоторговельної діяльності вітчизняних підприємств в умовах воєнного стану. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2022. № 10 (66). С. 76-83.