

Цей підхід дозволяє зміцнити позиції фінансового ринку України як на національному, так і на міжнародному рівні.

Необхідно зазначити, що успішна реалізація цих ініціатив сприятиме не лише стабільності фінансового ринку України, але й дозволить країні відновити економічний потенціал після періоду криз та конфліктів. Розвиток інноваційних технологій, активне міжнародне співробітництво та вдосконалення регуляторної політики дозволять Україні інтегруватися в світову фінансову систему, що в результаті принесе нові можливості для інвестицій та економічного зростання [1].

Отже, зважаючи на значні виклики, фінансовий ринок України має потенціал для розвитку через впровадження цифрових технологій, міжнародне співробітництво та інноваційні фінансові інструменти, що дозволить значно зміцнити його позиції як на національному, так і на міжнародному рівні [2].

Перелік використаних джерел:

1. Fares, O. H., Butt, I., & Lee, S. H. (2022). Utilization of artificial intelligence in the banking sector: a systematic literature review. Journal of Financial Services Marketing. URL: <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00176-7>
2. Ключко, О., & Шморгун, Я. (2023). Стан та перспективи розвитку технологій штучного інтелекту у сфері банківської діяльності в Україні. Юридичний науковий електронний журнал. № 4. С. 482–486. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-4/117>

УДК 336.7

Гурзель Олександр

студент групи ППм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Маркович Ірина

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Oleksandr Hurzel

Student of the group PPm-51

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Markovych

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ВІЙНИ

FEATURES OF BUSINESS MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF WAR

Управління бізнесом в умовах війни є складним процесом, що потребує швидкої адаптації до нових реалій. Війна в Україні принесла серйозні виклики для бізнесу: знищення інфраструктури, перебої з постачанням, нестабільність валют та зміна споживчих уподобань. Багато підприємств зіткнулися з необхідністю припинення виробництва або релокації своїх потужностей у безпечні регіони.

Одним із найбільших викликів для бізнесу стала втрата стабільних постачальників та зупинка виробничих потужностей. Внаслідок бойових дій багато підприємств зазнали значних збитків, а деякі були змушені призупинити діяльність або повністю припинити роботу. Водночас, для інших галузей війна створила нові можливості, зокрема для виробників товарів і послуг, що стали необхідними в умовах війни (наприклад, медичне обладнання, захисні засоби).

Бізнеси почали активно адаптувати свої стратегії до нових умов. Компанії, які змогли перенести частину своєї діяльності в безпечні регіони, зберегли робочі місця та продовжили виробництво. Також важливою стратегією стала диверсифікація постачальників сировини та зміна каналів постачання. Бізнеси почали шукати альтернативні маршрути та постачальників з інших країн, аби зменшити залежність від російських або знищених логістичних шляхів.

Якщо ваш бізнес знаходиться в умовах війни, і ви хочете зберегти його, необхідно адаптуватися до нових реалій, залишаючись в Україні. Якщо ваш бізнес знаходиться близько до фронту, перемістіть його в більш безпечні регіони України, де держава надасть всебічну допомогу для релокації. Водночас, важливо залишатися в країні, бо тільки тут ви можете повністю відчувати потреби своєї справи, бути на зв'язку з командою та клієнтами. Бізнеси, які залишаються в Україні, навіть у складних умовах, можуть скористатися всіма можливостями підтримки та розвитку, що надаються урядом і місцевими органами влади [2].

Держава відіграла важливу роль у підтримці бізнесу в умовах війни. Введення програм субсидування, зниження податків та компенсацій за пошкоджене майно дозволило багатьом підприємствам зберегти свої активи. Крім того, міжнародна підтримка, включаючи фінансові кредити та програми для розвитку, допомогла бізнесам адаптуватися до нових реалій.[1]

В умовах війни бізнеси повинні бути готовими до постійних змін і невизначеності. Тільки через гнучкість, швидку адаптацію та використання новітніх технологій компанії можуть не лише пережити кризу, але й розвиватися навіть у таких складних умовах. Диверсифікація, підтримка держави та інновації є ключовими для виживання та стабільності бізнесу в умовах війни.

Перелік використаних джерел:

1.Рихліцький В. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/>

2. Куйбіда С. 10 правил для виживання бізнесу в умовах війни. 2022. URL: https://zaxid.net/blogi_tag50977/

УДК 330

Маряш Микола

студент групи ППм -51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль Україна

Науковий керівник: Мариненко Наталія

доктор економічних наук, професор

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Mariash Mikola

Student of the group PPM-51

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Natalia Marynenko

Doctor of Sciences (Economics), Professor

Professor of the Economics and Finance Department

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ПРОБЛЕМА УКРАЇНСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА – МАРКЕТИНГ

THE PROBLEM OF UKRAINIAN ENTREPRENEURSHIP IS MARKETING

Українські підприємці зіштовхуються із численною кількістю викликів. Підвищення податкового навантаження, економічна нестабільність, військові дії тощо.

Підвищення військового збору, низька платоспроможність населення, атаки зі сторони агресора погіршують ситуацію для бізнесу. За перше півріччя 2024 року припинили діяльність більш ніж ФОПів, також на 15% зріс показник закриття компаній [1]. Дана річ свідчить про незадовільну роботу підприємств. Однією із найбільших проблем підприємств, окрім зовнішніх чинників, залишається маркетинг, а саме його неповноцінна залученість, скорочення бюджету та відсутність розуміння дієвості бренду.

Попри розвиток спеціалістів в даній галузі, підприємці не готові віддати певні речі в руки маркетологів, так як це практикують спеціалісти у інших країнах. Для розвитку підприємництва та повноцінного розкриття його потенціалу потрібне активне залучення усіх аспектів маркетингу під час створення продукту, а також дослідження ринку. На ринку України помітні такі тенденції: перша – це цифровізація, друга – зміна пріоритетів. Дослідження свідчать про те, що цифровий маркетинг пропонує вищі коефіцієнти конверсії, даючи можливість підприємцям заробляти у 2,8 разів більше [2]. Можна активізувати діджитал маркетинг заради скорочення бюджету витрат на маркетинг в цілому та підвищення заробітку. Наразі частина великих підприємств це демонструє (доставка Сільпо, e-com відділ Сільпо, креативна агенція Banda та інші). Друга тенденція свідчить про невірність підходу засновників. Підприємці-початківці, працюють, спираючись на SWOT-аналіз, “методи плюсів та мінусів”. Дані варіанти показують свою дієвість. Однак в Україні