



Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)
Навчально-науковий інститут фінансів,
економіки, управління та права
Сумський державний університет (Україна)
«1 DECEMBRIE 1918» University of Alba Iulia (Румунія)
Бамберзький університет імені Отто Фрідріха (Німеччина)
Інститут демографії та проблем якості життя Національної академії наук
України (Україна)
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної
академії наук України» (Україна)



СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА НАУКА: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

Матеріали XIII Всеукраїнської науково-практичної
Інтернет-конференції з міжнародною участю
30 листопада 2023 року



Полтава 2023

контент-маркетинг, соціальні медіа, SEO і багато інших стратегій для збільшення впливу та привертання уваги.

Моделі монетизації. Інформаційний бізнес використовує різні моделі монетизації, такі як продаж продуктів і послуг, реклама, підписки, пожертвування та інші. Важливо знайти ефективну модель монетизації, яка відповідає конкретній галузі та аудиторії.

Змінність та інновації. Інформаційний бізнес швидко розвивається, тому важливо бути гнучким і приділяти увагу трендам та інноваціям. Змагання в цьому секторі завжди високе, і компанії, які не здатні адаптуватися, ризикують втратити конкурентну перевагу.

Збільшення ролі особистого бренду. Багато інформаційних підприємців ставлять акцент на створення особистого бренду, що допомагає залучити аудиторію та створити довіру. Особистий бренд може бути важливим активом в інформаційному бізнесі.

Глобалізація. Завдяки Інтернету, інформаційний бізнес може міжнародно розширюватися, привертаючи аудиторію з усього світу. Це створює нові можливості і виклики для бізнесу.

Регулювання та конфіденційність. У багатьох країнах інформаційний бізнес піддається регулюванню, особливо щодо захисту особистих даних та інформаційної безпеки. Це може вплинути на способи збору та обробки інформації.

Отже, інформаційний бізнес став важливою галуззю, яка розвивається разом із технологічними змінами та вимогами сучасного суспільства. Успішні компанії в цьому сегменті повинні бути інноваційними, гнучкими і здатними швидко адаптуватися до змін.

УДК 334.012

Шевченко Т.К., Іванова С.О., студенти
Шевченко О.М., к.е.н., доцент
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Малі підприємства відіграють важливу роль в економіці України, на них припадає понад 99% усіх зареєстрованих підприємств у країні. Однак малий бізнес є дуже чутливими до змін зовнішнього економічного середовища, вони першими реагують на будь-які зміни та кризові явища. Тому вони часто стикаються зі значними проблемами, які перешкоджають їхньому зростанню та успіху. Війна на території України, соціально-економічна криза, втрата значної частини працездатного населення, інфляція призводять до виживання або, навіть, і банкрутства багатьох підприємств, діяльність яких майже не

відновилися після карантинних обмежень. Всі ці негативні явища особливо критично впливають на ефективність діяльності малих підприємств.

З настанням повномасштабної війни ослаблений пандемією малий бізнес в Україні знову зазнав тяжких ударів. Вона вплинула на всі сфери життя, в тому числі на бізнес. Ситуація стала надзвичайно складною як для тих, хто мав свій бізнес на території, що перебуває в зоні конфлікту, так і для підприємців, що територіально знаходились у більш спокійних районах. Через війну, багато компаній зазнали серйозних втрат, припинили свою діяльність або перенесли її на інші території. Втрати малого та середнього бізнесу під час війни оцінюються фахівцями у 65-85 млрд. дол. США. За даними НБУ, станом на кінець квітня 2023 р. кількість підприємств, які повністю зупинили діяльність, скоротилася до 17% порівняно з 32% на початку повномасштабної війни. Це призвело до значного зменшення обсягів виробництва та збуту, що в свою чергу вплинуло на економіку країни в цілому. У результаті дестабілізації сектору малого та середнього бізнесу і зниження ділової активності ВВП України може скоротитися на 21%. Майже половина малих та середніх підприємств фактично зупинили економічну діяльність, 20% провели релокацію всередині України та 4,4% перемістилися за кордон [1, 2].

Іншою критичною проблемою, з якою зіткнувся малий бізнес в Україні під час війни, стала відсутність доступу до фінансування. Війна в Україні порушила роботу банківської системи країни, ускладнивши доступ до фінансування для малого та середнього бізнесу. Банки не наважувалися кредитувати підприємства, які працюють у зонах конфлікту, що обмежувало можливість продовжувати роботу та розширювати свій бізнес, це призвело до зниження інвестицій в цей сектор економіки.

Також великою проблемою для роботи малого бізнесу під час війни стало порушення ланцюгів постачання. Велика кількість малих і середніх підприємств покладаються на імпорт сировини чи обладнання, яке стало важко отримати під час війни. Загальновідомо, що малий та середній бізнес часто виконує обслуговуючу роль для великих підприємств, але у воєнний час велика кількість таких підприємств призупинила роботу, або стало неможливо налагоджувати ланцюги поставок з ними.

Серед серйозних питань, які також негативно вплинули на розвиток малого бізнесу можна назвати наступні:

– питання безпеки: війна в Україні створила середовище небезпеки, що ускладнило роботу малих підприємств. Власники бізнесу були стурбовані своєю безпекою, а також безпекою своїх співробітників і клієнтів. Ця незахищеність ускладнила повсякденну діяльність малих і середніх підприємств, включаючи транспортування товарів і послуг;

– регуляторні проблеми: воєнний стан призвів до змін у законодавстві та державній політиці, що мало значний вплив на малий бізнес. Наприклад, уряд запровадив певні обмеження на рух товарів і послуг, що ускладнило роботу бізнесу;

– економічна нестабільність: конфлікт в Україні призвів до значної економічної нестабільності, що негативно вплинуло на малий бізнес. Нестабільність призвела до зниження довіри споживачів, зниження купівельної спроможності та загального уповільнення економічної активності;

– конкуренція з боку великих підприємств: війна в Україні створила значні перешкоди для входу на територію нових малих і середніх підприємств, що ускладнило їм конкуренцію з більшими, більш відомими підприємствами. Ця конкуренція ускладнила зростання та розширення діяльності малих підприємств [1].

Незважаючи на ці проблеми, деяким малим і середнім підприємствам вдалося знайти можливості адаптації своєї роботи до воєнних умов. Наприклад, деякі з них змогли заробити на попиті на певні товари та послуги в зонах конфлікту, наприклад, зріс попит на будівництво та логістику. Крім того, деякі малі підприємства досягли успіху, зосередившись на експорті в інші країни. Диверсифікувавши свою клієнтську базу та вийшовши на нові ринки, ці підприємства змогли пом'якшити наслідки війни для своєї діяльності.

Таким чином варто зазначити, що мале підприємництво в Україні має значний потенціал до відновлення своєї діяльності в післявоєнний період, але потребує формування сприятливих умов з боку держави. На сьогоднішній день, заходи з підтримки та розвитку малого бізнесу мають стати першим кроком на шляху відновлення національної економіки України та підвищення добробуту населення.

Література

1. Лойко В.В., Александров Б.В. Підтримка та розвиток малого та середнього бізнесу в Україні в умовах війни. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2023. № 1(11). С. 228–235.

2. Діденко А.В., Кравець О.В. Тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. *Підприємництво та інновації*. 2023. №27. С. 39–43.

УДК 330.3:338

Ярмухаметова В.В., студентка,
Васюта В.Б., к.т.н., доцент
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ЕКОНОМІКА БІЗНЕСУ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Наразі, як у світі, так і в Україні все більше приділяється увага економіці та економічним секторам.

З 2000 року до 2007 почалося відбудовування незалежної країни та становлення власної економіки, проте, у 2008 році почалася Велика рецесія. Велика рецесія – період економічної кризи, що виникла в іпотечному міхурі