

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТОРГІВЛІ У ВОЄННИЙ ЧАС

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

М. В. ШАПОВАЛОВ, здобувач вищої освіти

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Актуальність теми розвитку торгівлі в умовах війни стає невід'ємною складовою реалій сучасності, де геополітичні конфлікти та воєнні дії мають вирішальний вплив на економіку країн. У світі, де глобалізація визначає розвиток торгівлі та економічні взаємозв'язки, наявність військових конфліктів породжує низку викликів для бізнесу та торгівлі, що вимагає комплексного вивчення та розуміння можливих шляхів адаптації.

Умови воєнного часу впливають на велику кількість аспектів торгівлі від змін у виробництві та обсягах продажів до питань доступу до інвестиційної та міжнародної торгівлі. Висвітлення цих аспектів стає важливим завданням для розуміння економічних викликів, які виникають в умовах військових конфліктів, а також для визначення можливих стратегій розвитку та інноваційних підходів для подолання цих труднощів.

Виникає необхідність у ретельному аналізі актуальних проблем та перспектив розвитку торгівлі в умовах війни. Дослідження висвітлить вплив воєнних дій на бізнес-середовище та розкриє можливості електронної торгівлі як інструменту для подолання економічних викликів у конфліктних умовах.

Протягом останніх років економічне оточення в нашій країні значно ускладнилося через вплив ковіду та війни, що призвело до значних труднощів у функціонуванні внутрішньої торгівлі. Крім того, на цей сектор економіки вплинули негативні тенденції, такі як суперечлива динаміка оптового і роздрібного товарообігу, нераціональна організація торговельної діяльності, неефективне управління підприємствами торгівлі, надходження в торговельну мережу продукції низької якості, що може бути потенційно небезпечною для здоров'я населення, недостатній рівень державного регулювання підприємницької діяльності в галузі, тінізація сфери торгівлі та інші аспекти [1, с. 230].

Однією з основних проблем торгівлі в Україні є недостатньо розвинена та нестабільна регуляторна законодавча база, що призводить до значних труднощів у функціонуванні підприємств. Крім того, існує численні недоліки у системі оподаткування, які призводять до дискримінації малих та середніх підприємств та обмежують їхню конкурентоспроможність. Українські підприємства також стикаються з труднощами у привабленні інвестицій для розвитку свого бізнесу, що обмежує їх здатність збільшувати обсяги виробництва та розширювати продажі. Поточна ситуація в країні, спричинена військовими діями, подальше ускладнює цей стан речей та значно погіршує інвестиційний клімат у державі [2, с. 90].

Навіть при існуючих труднощах торгівля в Україні володіє перспективами для подальшого розвитку. З метою сприяння розвитку галузі необхідно вжити ряд заходів. Одним із ключових напрямків розвитку торгівлі є розширення міжнародних економічних зв'язків. Це сприятиме збільшенню обсягів експорту та імпорту товарів і послуг, поліпшить конкурентоспроможність українських підприємств та надасть можливість входу на нові ринки збуту [2, с. 90].

Ще одним важливим напрямком розвитку торгівлі є привертання інвестицій. Для досягнення цієї мети уряд повинен створити сприятливі умови для інвесторів, забезпечити стабільність законодавства та спростити процедури відкриття та реєстрації бізнесу. Це сприятиме збільшенню обсягів виробництва та розширенню продажів, що позитивно вплине на розвиток економіки країни в цілому. Також важливо підтримувати малий та середній бізнес, забезпечуючи їм доступ до ресурсів, необхідних для успішного ведення бізнесу, таких як фінансові ресурси, консультації, технічна підтримка та інше [3].

Ще одним важливим питанням є зниження рівня корупції та впровадження прозорих та справедливих правил в галузі торгівлі. Це сприятиме створенню конкурентного середовища для підприємств та збільшить довіру інвесторів до української економіки. Зазначається, що «основним завданням держави повинно бути формування конкурентного середовища та протидія монополізму в галузі торговельної діяльності, а також підтримка просування вітчизняних виробників» [4].

У глобалізованому світі прискорення всіх життєвих процесів вимагає швидкого вирішення завдань, що постають перед бізнесом та людьми. Ця тенденція не обминає й сферу торгівлі, яка все ширше використовує досягнення інформаційно-комунікаційних технологій та реалізується у форматі цифрової торгівлі. На сучасному етапі Інтернет став глобальною платформою, де активно здійснюють продаж різноманітних товарів та послуг, проводять багато транзакцій та операцій. В період війни розвиток електронної торгівлі ще більше прискорився, виводячи її на новий рівень. Для бізнесу, який не має присутності в глобальній мережі, втрати можливостей стають значущими, оскільки наявність в Інтернеті дозволяє швидко реагувати на виклики, з якими стикаються в сфері бізнесу, та розширюється потенційна аудиторія. Таким чином, перспективи розвитку впровадження електронної торгівлі не викликають сумнівів.

У висновку, аналізуючи висловлені аспекти, можна визначити актуальні проблеми та перспективи розвитку торгівлі в умовах війни.

На перший погляд, однією з ключових проблем є вплив військових дій на економіку та торгівлю. Зазначено, що війна призвела до значних труднощів у функціонуванні підприємств, втрат робочих місць та змін в робочому режимі. Багато підприємств змушені були припинити свою роботу, що впливає на загальний обсяг виробництва та рівень зайнятості.

Додатковою проблемою є зменшення доступу до інвестицій для розвитку бізнесу в умовах нестабільності та ризику військових подій. Це обмежує можливості підприємств збільшити обсяги виробництва та розширити продажі, що є важливим для подолання економічних викликів.

Незважаючи на ці проблеми, спостерігається розгортання електронної торгівлі як можливості для підприємств в умовах віртуального простору. Відзначається, що віртуальний бізнес стає важливим фактором для виживання підприємств під час воєнних дій, дозволяючи швидко реагувати на зміни у бізнес-середовищі та забезпечувати продовження діяльності.

Таким чином, військові конфлікти негативно впливають на торгівлю та бізнес в Україні, але водночас з'являються нові можливості для розвитку в електронному просторі. Реалізація цих можливостей вимагатиме відповідних стратегій та інноваційних підходів для подолання економічних труднощів та підтримки стійкості бізнесу в умовах воєнного часу.

Список використаних джерел:

1. Сіренко С. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку внутрішньої торгівлі України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, (2), 2023, с. 230-234.
2. Пашинний А. В. Торгівельна діяльність В Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Актуальні проблеми економіки та підприємництва в умовах викликів і загроз*, 2023, с. 90.
3. Кісельов А.П. Основи бізнесу. Київ.: Вища школа, 1997, с. 191.
4. Пашкуда Т., Афенді А. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (43). 2022. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-73>

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

А. А. ПАКУЛІНА, канд. екон. наук, доцент

А. В. ШЕВЧЕНКО, здобувач вищої освіти

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

В умовах воєнного часу, який зараз діє на теренах України, при цій нестабільній ситуації, більшість опинилися на межі розпутья: закрити бізнес, переїздити чи відкрити щось нове, більш важливе і прибуткове, зруйнована логістика, немає сировини, чи взагалі виробника і т. д.

В цих тяжких умовах опинилися всі, без виключень, бізнес-підприємства України. Так із низкою викликів зіштовхнулися і українські стартап-спільноти.

Що ж таке стартап? Більшість людей не правильно розуміють це слово. Вони розуміють це як відкриття практично любого бізнесу, наприклад торгової точки на ринку. Але поняття стартапу зокрема в інноваційності, створенні чогось нового, такого якого ще не було, оригінального. І якщо ми будемо говорити про цю ж торгову точку, якщо тут будуть надаватися якісь нові послуги, яких ще до нині не було, і це приносить нам прибуток, то так- це можна вважати стартапом. Отже, стартап або стартап-компанія – це новостворена компанія, заснована одним або декількома підприємцями, яка на основі інновацій або