

За час дії воєнного стану банки надали майже 8 тисячам підприємств та ФОП понад 28 млрд грн кредитів, у тому числі 17 млрд грн надано агропідприємствам для проведення посівної кампанії. Загальний обсяг підписаних за програмою угод станом на 27 травня перевищив 117 млрд грн, підтримкою скористались понад 42 тис. підприємств та ФОП. Наразі банки щотижнево надають 3-4 млрд грн кредитів бізнесу і ці темпи постійно зростають [3].

Література:

1. «Відбудова України буде найбільшим внеском у підтримку глобального миру – промова Президента на Міжнародній конференції з питань відновлення України в Лугано», 4 липня, 2022. URL: <https://www.president.gov.ua/news/vidbudova-ukrayini-bude-najbilshim-vneskom-u-pidtrimku-globa-76261>

2. Ральф де Хаас, Олександр Пивоварський. Відновлення та розвиток фінансового сектору України після війни. *Відбудова України: принципи та політика. 2023.* URL: https://cepr.org/system/files/202212/reconstruction%20book_Ukrainian_0.pdf (дата звернення 09.03.2023).

3. Сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rozvitok--derjavnoyi-programi-dostupni-krediti-5-7-9--u-fokusi-uvagi-zasidannya-radi-z-finansovoyi-stabilnosti>

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ В СИСТЕМІ ЗАХОДІВ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СТРАХОВИКА В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Ременяк А.В.

*Науковий керівник: Плиса В.Й., к.е.н., професор
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Ефективним інструментом управління розвитком будь-якої ділової одиниці в кризових умовах післявоєнного відновлення економіки України та пов'язаній з цим невизначеності є методологія антикризового управління, яка „виникла на підставі методології планування антикризових заходів, яке становить його сутнісне підґрунтя” [1, с. 265]. Концепції антикризового управління враховують систему можливостей і небезпек розвитку суб'єкта господарювання, виникнення надзвичайних ситуацій, здатних змінити тенденції, що склалися, в майбутньому. Виникнення та практичне використання методології антикризового управління зумовлені об'єктивними причинами, які генеруються кризовими явищами, передусім у зовнішньому середовищі діяльності страховика. Кінцевим продуктом антикризового управління є внутрішня структура й організаційні зміни, що забезпечують стійкий фінансовий стан страхової компанії в умовах кризових змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Стосовно страхової організації антикризове управління економічним потенціалом „є процесом, що визначає послідовність дій з розробки та реалізації антикризової стратегії. Він охоплює: постановку цілей, аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища страховика, вивчення альтернатив розвитку, вироблення стратегії, визначення необхідних ресурсів і підтримку взаємин із зовнішнім середовищем, які дозволяють страховій компанії досягти поставлених завдань, безперервний контроль за процесом виконання антикризової стратегії, оцінку одержаних результатів і розробку подальшого плану дій, що коректують антикризовий процес” [2, с. 222].

У процесі організації та практичної реалізації антикризового управління економічним потенціалом страховика в умовах післявоєнного відновлення вагомим значенням набуває проблема забезпечення його платоспроможності.

1 січня 2024 року вводиться в дію Закон України „Про страхування” від 18 листопада 2021 року № 1909-IX [3], який визначатиме вимоги до платоспроможності страховиків. Відповідно до вимог Закону України „Про страхування” від 18 листопада 2021 року № 1909-IX, страховик та кожний власник істотної участі у страховику зобов’язані підтримувати платоспроможність страховика. Платоспроможність страховика забезпечується шляхом дотримання вимог до капіталу платоспроможності та мінімального капіталу. Зокрема, керуючись нормами Закону України „Про страхування” від 18 листопада 2021 року № 1909-IX страховик буде зобов’язаний: на постійній основі забезпечувати дотримання вимог до капіталу платоспроможності; на постійній основі забезпечувати дотримання вимог до мінімального капіталу; здійснювати оцінку платоспроможності в частині дотримання вимог до капіталу платоспроможності та мінімального капіталу, розрахованих за базовим підходом.

Питанню кризових явищ, які виникають у процесі діяльності страховиків України, присвячено чимало наукових праць українських і зарубіжних вчених. Результати аналізу цих публікацій дають змогу стверджувати, що „виникнення і практичне використання методології антикризового управління зумовлене об’єктивними причинами, що генерують зміни зовнішнього середовища діяльності страхової організації” [4, с. 88]. Підтримка належного рівня економічного потенціалу страховика в кризових умовах післявоєнного відновлення великою мірою залежатиме від забезпечення належного рівня його платоспроможності.

Досліджуючи проблеми забезпечення платоспроможності в системі заходів антикризового управління економічним потенціалом страховиків в Україні у подальшому потрібно: здійснити науковий аналіз теоретичних і практичних підходів до дослідження та вдосконалення методики оцінки платоспроможності в частині дотримання вимог до платоспроможності та мінімального капіталу страхових організацій в кризових умовах післявоєнного відновлення; оцінити ризики, що призводитимуть до зниження економічного потенціалу страховиків в кризових умовах післявоєнного відновлення; сформулювати та обґрунтувати практичні рекомендації щодо напрямів оптимізації структури капіталу страхової організації в умовах реалій післявоєнного

відновлення економічного потенціалу України [5].

Література:

1. Плиса В.Й. Страхувий менеджмент : навч. посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 378 с.
2. Плиса В.Й., Плиса З.П. Антикризове управління діяльністю страховика. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2010. Вип. 20 (3). С. 221-226.
3. Про страхування : Закон України від 18 листопада 2021 року № 1909-IX // База даних „Законодавство України” / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19#Text> (дата звернення: 01.03.2023).
4. Плиса В.Й. Зміцнення фінансової сталості підприємства. *Фінанси України*. 1998. № 5. С. 86-90.
5. Ременяк А.В. Антикризове управління фінансовою стійкістю страховика. *Проблеми розвитку страхування в Україні. Науковий студентський збірник*. 2022. Вип. 3. С. 148-153.

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИМСТВА

*Согомонян А.К., здобувач вищої освіти на рівень PhD
Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасні українські автори зазначають, що «інтернет-маркетинг (internet marketing) є сукупністю заходів у всесвітній мережі «інтернет», спрямованих на привернення уваги потенційних споживачів до товару чи послуги, збільшення популярності цього товару (сайта) в мережі та його просування з метою продажу» [1]. Зараз інтернет-маркетинг у всьому світі є провідним засобом донесення головних ідей маркетологів, не зважаючи на сферу діяльності бізнесу. В Україні останнім часом з'являється все більше і більше маркетингових інтернет-агенцій, які не тільки спираються на досвід провідних маркетингових інтернет-компаній, але й генерують нові прогресивні digital знання. Інтернет-маркетинг посилює свій вплив та приходиться на заміну традиційному, або, принаймні, забезпечує його цифрову складову. Він максимально повно, завдяки чіткому таргетуванню, налаштовується на цільову аудиторію й сприяє глобалізації та інтернаціоналізації ринків. Сучасні цифрові маркетингові технології дозволяють підприємству більш гнучко сприймати виклики від споживачів та інших факторів макросередовища. Таким чином, використання інструментів інтернет-маркетингу опосередковано сприяє впровадженню суб'єктом господарювання стратегічних змін у своєму розвитку.

Останні тенденції у світі інтернет-технологій та маркетингу, зокрема, спрямовані на використання таких інструментів, як гейміфікація, використання нейромереж, поглиблення занурення споживача у процес взаємодії з продуктом і/або ресурсом. Важливу роль в інтернет-середовищі займають соціальні мережі