

розвитку або конкретної одиниці, або у певному періоді вищий за середній по сукупності (якщо менший за 1, то нижчий).

Інформаційні джерела:

1. Стратегія сталого розвитку на період до 2030 р. URL: <https://www.sd4ua.org/wp-content/uploads/2015/02/Strategiya-stalogo-rozvytku-Ukrayiny-do-2030-roku.pdf>.

2. Україна у глобальних вимірах сталого розвитку. URL: <https://kpi.ua/620-7>.

3. The Economist Pocket World in Figures: 2022 Edition. Published by Profile Books Ltd 29 Cloth Fair. London EC1A 71Q. 2021. 260 p.

УДК 339.9:614.4

О.А. Кулініч, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

Т.В. Андросова, канд. екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

НАСЛІДКИ ПАНДЕМІЇ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Актуальність даної теми обумовлена необхідністю дослідження трансформації економіки та суспільних відносин в результаті впливу пандемії COVID-19 на розвиток провідних країн світу та України. З використанням методів інтелектуального аналізу великих баз даних виявили закономірність циклічного виникнення пандемій інфекційних захворювань на початку 21 ст. Так, протягом останніх 18 років з періодичністю 5-6 років послідовно відбувалися пандемії коронавірусу SARS-CoV (2002-2004 рр.), свинячого грипу (2009-2010 рр.), Еболи (2014-2015 рр.) та коронавірусу COVID-19, SA - CoV-2 (з 2020 р.).

Проведене вивчення негативних наслідків впливу пандемії COVID-19 на світову економіку та міжнародний бізнес дозволяє зробити спробу передбачити трансформацію світу, Європи та України після закінчення пандемії COVID-19. Акцентуємо увагу на тому, що пандемія суттєво послабила традиційні сектори економіки, що базуються на низько-кваліфікованій робочій силі та застарілих технологіях. Так, спостерігаються значні збитки, що зазнали турагентства, логістика та транспорт, ресторанний та готельний бізнес, індустрія дозвілля та гостинності, а також велика кількість секторів промислового виробництва (за винятком сільського господарства) [1, с. 148; 2, с. 85-87; 3, с. 389].

ООН пропонує аналіз шести мегатрендів після-коронавірусного розвитку: сферу аналізу великих даних та гіпер-комунікацій; благополуччя, здоров'я та якість життя людей; низьковуглецеву економіку та зелену енергетику; безвідходні виробництва; економіку біологічного зростання; економіку психологічного комфорту.

Доведено, що у міжнародній кооперації праці Україна може бути активним співучасником кожного із цих мегатрендів. Зокрема, за час дії карантинних заходів в Україні спостерігалось зростання в 1,5 - 2 рази аутсорсингових послуг українських ІТ компаній, на 20% - 30% інформаційно-розважальних онлайн сервісів, на 40% - 60% онлайн-ритейлу та сектору кур'єрської доставки, на 40% - 50% онлайн освітніх та ігрових платформ, на 60% - 70% онлайн платформ для організації та проведення вебінарів, телеконференцій, платформ для проведення тренувань, на 40% - 60% фармацевтичної галузі [4, с. 180-182].

Контури постковідної економіки простежуються в тому, як міжнародний бізнес оцінює швидкість виходу з кризи. Так, 5 американських хай-тек-гігантів (Amazon, Apple, Google, Facebook та Microsoft) впевнено прямують до світового економічного панування. Для них пандемія викликала бум інтернет-торгівлі, онлайн-спілкування та роботи з дому, спонукавши попит на комп'ютери, гаджети, контент, інтернет-рекламу. Загальна виручка цих бізнес-компаній підскочила на 40% і склала 1/3 трлн. доларів, а прибуток подвоївся до 75 млрд. доларів [5, с. 153].

Швидке повернення до колишніх темпів виробництва та споживання демонструють виробники товарів розкоші. Незважаючи на закриті магазини в Європі, продажі в Китаї та США забезпечили 8% зростання виручки лідеру ринку товарів не першої необхідності – компанії LVMH, яка володіє цілою низкою брендів, включаючи Dom Pérignon, Louis Vuitton та Bulgari. Так, обіг виробника сумок та хусток Hermès збільшився на третину.

Найбільшого пошкваллення в постпандемічний період зазнала сфера перевезень вантажів. Перевезення скорочувалися в локдаун, але на сучасному етапі зросли і дуже подорожчали. Наприклад, перевезення контейнерів між Америкою та Азією через Тихий океан подорожчало за часів пандемії втричі, а на трансатлантичних маршрутах ціни зросли майже вдвічі. Сьогодні транспортні компанії впевнені, що ціни в певний момент знизяться, але вже не сягнуть доковідного рівня. Так, прибуток європейської компанії Deutsche Post, якій належить кур'єрська служба DHL, за рік потроївся, а акції найбільших компаній США, що займаються транспортуванням вантажів та логістикою, подорожчали з початку року на чверть.

Заробітки перевізників зростали й у найважчі дні пандемії завдяки буму інтернет-продажів на шкоду традиційному ритейлу.

Звичайні магазини досі не оговталися від локдауну, як показала їх звітність. Один з найбільших продавців одягу, шведська компанія Hennes & Mauritz втратила п'яту частину продажів і замість прибутку отримала 160 млн. дол. збитку, оскільки 1800 (1/3) магазинів H&M не могли прийняти покупців через локдауни. Одна з таких крамниць одягу після 42 років праці зачинилася в лондонському Сіті, оскільки діловий центр спорожнів.

Слідом за ритейлерами постраждали і власники комерційної нерухомості, що здавали приміщення у центрах великих міст та у торгових комплексах на околицях. Орендодавці у Великій Британії, наприклад, втрачали клієнтів і до пандемії, але локдаун пришвидшив негативні наслідки. У результаті кожна сьома торгова точка не працює.

На противагу ситуації в сфері комерційної нерухомості, банкіри несподівано заробили на виході з локдауну завдяки обережності. У розпал пандемії вони створювали подушку безпеки, проте все виявилось не так погано і частина відкладеного не знадобилася. Резерви були розпущені і гроші перетворилися зі збитку на прибуток, як показали звіти провідних британських банків Lloyds та HSBC.

Незважаючи на зазначені труднощі, загальний стан поточної звітності виявився позитивним. Прогнози на майбутнє враховують швидке відновлення західної економіки, обіцяють власникам наростити прибуток або зав'язати зі збитками. Бізнес впевнено дорожчає, а інвестори, які всю пандемію скуповували акції 5 хай-тек-гігантів нарешті повірили, що й інші компанії працюють, і почали перекладати частину грошей в їхні цінні папери.

Інформаційні джерела:

1. Андросова Т.В., Кулініч О.А. Туристичний бізнес і маркетинг у період пандемії: міжнародний досвід. Маркетинг XXI століття: виклики змін: зб. тез Міжнар. наук.-практ. конф. (8–10 жовтня 2020 р.). Х. ХДУХТ, 2020. С.148-150

2. Андросова Т.В., Кулініч О.А., Федоренко Н.М., Гребенюк Я.О. Вплив пандемії на міжнародний бізнес та перерозподіл інвестицій. Актуальні наукові дослідження в сучасному світі: журнал iScience. В.1(81). Ч.3. 2022. С. 84-96

3. Рябінін Е.О., Кулініч О.А. Вплив пандемії на формування зовнішньоторговельної політики. Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні. зб. наук. пр. V Міжнар. наук.-практ. конф. (25.02.2022 р). м. Вінниця: ВНТУ, 2022. С. 388-391 URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/public/files/fiip/zbirn2022.pdf>

4. Андросова Т.В., Кулініч О.А. Глобальні тенденції інвестування цифрового бізнесу. Механізми забезпечення сталого розвитку економіки:

проблеми, перспективи, міжнародний досвід: II Міжнар. наук.-практ. конф., 23.04.2021 р. Х.: ХДУХТ, 2021. С. 180-182.

5. Кулініч О.А. Онлайн-платформи як світові тренди розвитку. Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність: Міжнар. наук.-практ. конф. (18.05.2021 р.) Харків. ХДУХТ. 2021. Ч. 1. С. 152-154

УДК 339.56:631.1:663.25

В.С. Печко, канд. екон. наук, докторант (*ДБТУ, Харків*)

ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ВИНОГРАДАРСТВА

Парадигма сталого розвитку, яка сьогодні є основоположним вектором розвитку розвинених країн світу, полягає у забезпеченні максимального збереження довкілля для наступних поколінь, досягнення економічного розвитку та підвищення рівня життя населення, а також забезпечення соціальної справедливості, миру, долання різних проявів дискримінацій на планеті.

Виноробство та виноградарство є однією із важливих галузей національного АПК України. Культура споживання вина, яка поступово витісняє культуру споживання міцних алкогольних напоїв, значно стимулює внутрішній ринок та внутрішнє виробництво винограду в Україні. Отримання Україною статусу кандидата на вступ до Європейського Союзу ставить нові виклики перед вітчизняним виноградарсько-виноробським комплексом, що обумовлює актуальність оцінки його стану та розробки стратегії його розвитку в умовах глобалізаційних трансформацій.

За даними провідних експертів, за останні 20 років валове виробництво винограду у вітчизняних господарствах скоротилося майже вдвічі, тоді як його імпорт суттєво зріс. У контексті посилення стратегії внутрішньої продовольчої безпеки потрібно спрямувати синергію та зусилля держави, науки й агробізнесу на відродження вітчизняного виноградарства [1].

На нашу думку, сталий розвиток виноградарської підгалузі національного АПК можна визначити як сукупність заходів, інструментів та механізмів управління екологічно та соціально відповідальним веденням бізнесу.

Виноград є основною сировиною для виноробної галузі, обсяги виробництва якого протягом 2000-2020 рр. в Україні скоротилися у 1,8 раза і досягли рівня 281 тис. т [2]. Водночас, за даними Міжнародної