

digitizes its economy, anticipating an increase in the global impact of cutting-edge technologies and increasing profits from e-commerce, data exchange and services. The realities of the global world dictate precisely the following conditions for the modernization of economies and the creation of clear rules of a new era of innovation. Adapting and transforming business through digital technology is a major challenge in meeting world market challenges. Information technology enables any company to change its own business model to differentiate itself from the entire world market. Digital transformation itself is an imperative for the innovative development of business structures.

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS (ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ)

Боложоко Квадрі Абідун, гр. МEB-10м

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **П.Л. Гринько**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

В тезах розглядаються проблеми та шляхи покращення інвестиційної привабливості України в короткостроковій перспективі.

The country's investment attractiveness is an indicator of the success of economic policy at both the macro and micro levels. As a complex indicator, it is influenced by many factors of direct and indirect action. In addition, a characteristic feature of investment attractiveness is the duration of the formation through a set of interrelated measures of a coordinated policy of public institutions and private entities in the absence of significant external negative factors.

Ukraine is striving to build a more modern and dynamic economy while struggling to overcome decades of corruption and government mismanagement. Among the risks of investing in the Ukrainian economy, the interviewed directors named old and familiar problems – the crisis of the judiciary, the lack of the rule of law, progress in the fight against corruption and the significant impact of the shadow economy. They were accompanied by restrictions related to coronavirus quarantine, instability of tax legislation, the crisis over the decision of the Constitutional Court of Ukraine on criminal liability of officials for false declarations, complicating business interaction with tax and customs services, as well as regulatory and law enforcement agencies.

Among the positive factors in the development of the Ukrainian economy, the interviewed company executives named rapid economic recovery after quarantine restrictions, controlled inflation, lower NBU discount rates, stable national currency exchange rates, land market liberalization and the introduction of electronic government services.

Thus, having significant potential for attracting investments, Ukraine does not use it enough. Its investment attractiveness is due to many adverse factors, mostly subjective, including the slow pace of structural reforms due to the low political will of the officials concerned, the high level of corruption and the low effectiveness of counteracting this negative phenomenon. If it is difficult to influence objective factors, then the effect of subjective factors can be actually minimized or neutralized altogether. Therefore, it is quite possible to significantly improve the investment attractiveness of Ukraine in the short term, provided that adequate measures. Their substantiation is a prospect of further scientific research in this direction.

МАРКЕТИНГОВА СТІЙКІСТЬ КОМПАНІЇ

Вольхова М.С., гр. МР-37

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.Ю. Мелушова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Здатність компанії здійснювати свою діяльність в умовах невизначеності ринкового середовища з метою зміцнення її конкурентних переваг з урахуванням інтересів власників, суспільства і держави відображає маркетингова стійкість. Маркетингова стійкість базується на точній і об'єктивній спеціалізованій інформації про розвиток ситуації на різних сегментах ринку, на опрацюванні маркетингових рішень щодо зменшення цінових ризиків, збільшення конкурентоспроможності продукції та зростання іміджу компанії, зі створення довгострокової лояльності споживачів і зростання клієнтського капіталу, а також на вивченні залежності компанії від ринкових факторів, в тому числі від ємності ринку, конкуренції, еластичності попиту тощо. З огляду на мінливість ринкової кон'юнктури та тенденції розвитку ринків товарів і послуг, слід виділити компоненти маркетингової стійкості. Аналіз літературних джерел дозволив виділити ринкову, конкурентну та споживчу складові маркетингової стійкості.

Ринкова складова маркетингової стійкості – це здатність утримувати та розширювати частку продукції компанії на ринку в