

УДК 339

*Пономаренко І.В., к.е.н, доцент
Короїд Ю.В., бакалавр
Київський національний університет технологій та дизайну*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ СВІТОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Україна - країна, яка бореться за підвищення своєї конкурентоспроможності у світовій економіці. За останні роки в Україні відбулися значні політичні та економічні зміни, які вплинули на її конкурентоспроможність.

Переробна промисловість є ключовим сектором економіки України, на який припадає понад 20% ВВП) [1]. У виробничому секторі країни переважають традиційні галузі, такі як металургія, хімічна промисловість та машинобудування. Однак сектор стикається зі значними проблемами через застаріле обладнання, неадекватну інфраструктуру та обмежений доступ до фінансування.

Політичне та правове середовище в Україні також є значною перешкодою для конкурентоспроможності країни. Судова система країни піддається критиці за її недостатню незалежність, а корупція залишається значною проблемою. Ці фактори стримують іноземних інвесторів від інвестування в Україну.

З точки зору технологічних можливостей, Україна має висококваліфіковану робочу силу, особливо у сфері ІТ та розробки програмного забезпечення. Однак можливості країни у сфері досліджень і розробок обмежені, і вона має низький показник подачі патентних заявок.

Україна має кілька сильних сторін, включаючи кваліфіковану робочу силу, великі природні ресурси та стратегічне розташування [2]. Однак вона

також стикається з кількома слабкими сторонами, такими як корупція, застаріла інфраструктура та обмежений доступ до фінансування.

Крім того, Україна стикається зі значними зовнішніми загрозами, такими як політична нестабільність і війна з Росією. Незважаючи на ці виклики, Україна має можливості підвищити свою конкурентоспроможність, зосередившись на диверсифікації економіки, просуванні інновацій та технологій, а також покращенні регуляторного середовища.

Виходячи з аналізу конкурентоспроможності України, очевидно, що країна стикається з низкою викликів у підвищенні своєї конкурентоспроможності у світовій економіці. Однак, вирішуючи ці проблеми та використовуючи свої сильні сторони, Україна може підвищити свою конкурентоспроможність та досягти сталого економічного зростання.

Для того, щоб поглибити аналіз конкурентоспроможності України, необхідно розглянути торговельні відносини країни та її позицію на світових ринках. На торгівлю України значною мірою впливає її географічне розташування, зокрема, близькість до Росії та Європейського Союзу.

Основними статтями українського експорту є зерно, метали та хімічна продукція, а найбільшими торговельними партнерами - Польща та Китай.

Членство України у Світовій організації торгівлі (СОТ) надало країні доступ до ширшого ринку та сприяло економічному зростанню. Однак Україна зіткнулася з проблемами в імplementації норм і правил СОТ, зокрема, у сфері захисту інтелектуальної власності та державних закупівель [3].

Іншим важливим фактором, що впливає на конкурентоспроможність України, є її енергетичний сектор. Країна значною мірою залежить від імпорту природного газу та нафти, на які припадає значна частина її торговельного дефіциту. Нестача власних енергоресурсів та неадекватна інфраструктура також перешкоджають розвитку сектору відновлюваної енергетики в країні. З вище сказаного, ми можемо зробити наступні висновки, щоб підвищити свою конкурентоспроможність, Україна може зосередитися на диверсифікації своєї

економіки, просуванні інновацій та технологій, а також покращенні регуляторного середовища. Вона також може використовувати свої сильні сторони, такі як кваліфікована робоча сила та стратегічне розташування, для залучення іноземних інвестицій та розширення експорту на нові ринки. Подолання корупції, модернізація інфраструктури та покращення доступу до фінансування також є важливими кроками на шляху до досягнення сталого економічного зростання.

Отже, для досягнення сталого економічного зростання Україна також повинна активно працювати над залученням іноземних інвестицій, розширенням експорту на нові ринки та збільшенням конкурентоспроможності своїх товарів і послуг. Важливо стимулювати інновації та дослідження, сприяти розвитку високотехнологічних галузей, підтримувати стартапи та малий бізнес.

Також необхідно звернути увагу на розвиток людського капіталу шляхом покращення якості освіти і навчання, просування в STEM-галузях (наука, технології, інженерія, математика) та забезпечення навичками, необхідними для сучасного ринку праці.

Україна також може використовувати свої природні ресурси більш ефективно та стимулювати розвиток відновлюваної енергетики для зменшення залежності від імпорту енергії.

Важливо підтримувати реформи в політичній, правовій та адміністративній сферах, зокрема в судовій системі, щоб підвищити рівень правової держави, забезпечити захист прав інвесторів та підприємців, та зменшити рівень корупції.

Враховуючи всі ці аспекти та вживаючи необхідні заходи, Україна може зміцнити свою конкурентоспроможність, залучити інвестиції, розширити свої можливості на світових ринках та досягти сталого економічного зростання, що принесе позитивні соціальні та економічні результати для країни та її громадян.

Література

1. Голик, О. В. (2020). Конкурентоспроможність України: аналіз економічної структури, політичного та правового середовища та технологічних можливостей. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка», 1(43), 53-59.
2. Adams, J., & White, G. (2019). SWOT analysis of Ukraine. *Journal of Business and Management*, 5(2), 55-62.
3. Yemets, I. (2019). Ukraine's WTO accession and its implications for the country's economic development. *Journal of World Trade*, 53(5), 709-728

УДК 330.675

*Зимбалецька Ю.В., к.е.н, доц.
Барановський Д.С., бакалавр
Київський національний університет технологій та дизайну*

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Соціальні мережі останнім часом перетворилися з платформ для спілкування на потужні інструменти для бізнесу. Розвиток діджитал маркетингу у соціальних мережах набуває все більшої актуальності і стає невід'ємною складовою стратегії багатьох компаній. Такі платформи, як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn та інші, стали незамінними каналами для залучення, збереження та збільшення клієнтської бази [1].

Зростання популярності соціальних мереж серед користувачів у всьому світі створює неймовірні можливості для маркетологів і брендів. За останні роки спостерігається низка важливих тенденцій у розвитку маркетингу у соціальних мережах, які впливають на підходи до спілкування з аудиторією, стратегії контенту та рекламних кампаній.

Одна з ключових тенденцій полягає у зростанні значення візуального контенту. Фотографії та відео стають головними інструментами, що привертають увагу користувачів. Компанії активно використовують візуальний контент для створення естетичного і цікавого образу бренду,