

Воєнна агресія РФ та пов'язані з нею постійні обстріли енергетичної інфраструктури України значно ускладнюють реалізацію «зелених» проєктів, зумовлюючи зростання ризиків, брак інвестицій і логістичні проблеми. Водночас криза виявляє критичну важливість енергонезалежності й відкриває нові можливості для розвитку відновлюваної енергетики та децентралізованих систем енергозабезпечення.

Незважаючи на негативні чинники, в умовах військової загрози саме потреба в підвищенні безпеки та автономності може стати рушієм структурної перебудови енергетичного сектору України. Залучення міжнародних грантів, розвиток мікрогридів і локальних систем, а також поступове формування сприятливого інвестиційного клімату створюють передумови для стрімкого зростання «зеленої» енергетики як у воєнний, так і в післявоєнний період. Формування політики «зеленої» відбудови стане важливим елементом загальної стратегії відновлення України, зважаючи на її масштабний сільськогосподарський потенціал і вигідне географічне розташування.

Таким чином, здатність держави й бізнесу перетворити короткострокові виклики воєнної економіки на довгострокову можливість для «зеленої» трансформації визначатиме майбутнє енергетичного комплексу України. Саме від цього залежатиме, чи стане країна лідером стійкої енергетики в регіоні та прикладом успішної післявоєнної відбудови.

Література

1. Зелене відновлення України: 2023, керівні принципи та інструменти для тих, хто ухвалює рішення. Київська школа економіки, 2024. URL: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-04/undp-ua-green-recovery-ukr.pdf>
2. Кращі практики «зеленого» фінансування та повоєнного «зеленого» відновлення: можливості для України. ГО «ДІКСІ ГРУП», 2023. URL: https://dixigroup.org/wp-content/uploads/2023/08/debt4climate_q2_2023_dixi-group.pdf
3. Петруха Н. Інституційні умови забезпечення зеленої трансформації сільськогосподарських підприємств у контексті переходу до біоекономіки. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 3. С. 174–189. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.174>
4. Gorokhova T., Firstenko O., Chopyk Y., Voitsitska K., Petrukha N. Strategies for Ukraine's Post-War Economic Recovery within the Framework of Sustainable Development Goals. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*. 2024. 5(1), e03350. DOI: <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n01.pe03350>

Хоменко І.О.

доктор економічних наук, професор

Бойко А.Д.

здобувач вищої освіти

Національний університет «Чернігівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Тема дослідження впливу військового стану на маркетингову логістику наразі є дуже актуальною проблемою, оскільки від офіційно введеного військового стану економіка держави страждає вже майже три роки, а від військових дій — усі десять років.

Проблема потерпання економічного стану країни наразі не лишає по собі байдужими велику кількість науковців і фахівців, які щоденно досліджують проблеми ринку України, зокрема маркетингові аспекти. Так, Я. Єрмакова та К. Симоненко досліджували маркетингові комунікації під час воєнного стану. А.В. Зеркаль і К.Є. Балабуха вивчали побудову каналів комунікації та трансформацію бізнесу в умовах воєнного стану. І.О. Коростова аналізувала стан і перспективи маркетингу під час війни.

Маркетингова логістика — це економічний процес управління переміщенням товарів і послуг від виробника до споживача так, щоб товар був у потрібному місці, в потрібний час і

за оптимальною ціною. Це не тільки транспортування, але й планування, як краще доставити товар, де зберігати, як швидко доставити та як зробити це максимально вигідно для компанії та зручно для покупців.

Маркетингова логістика напряду є процесом економічним, у той же час як запровадження військового стану в державі має вплив далеко не лише на соціальні ланки життя. Перш за все, значного, саме негативного впливу під час перебування країни у режимі військового стану зазнає економічна галузь держави. Руїнування інфраструктури, великий рівень зростання безробіття, інфляція, міграція та переміщення населення — все це про вплив військового стану на економіку, та це лише мала доля усіх наслідків, як короткострокових, так і довгострокових.

Маркетингова логістика є невід'ємною економічною складовою, яка забезпечує процес постачання товарів і послуг до кінцевого споживача, і ось деякі основні аспекти впливу військового стану на неї:

- 1) порушення постачальних ланцюгів та каналів;
- 2) тизики перебування товару у гарантованій безпеці;
- 3) дефіцит товару;
- 4) значне коливання попиту на певні категорії товару ;
- 5) негативні зміни умов співпраці з постачальником сировини;
- 6) зростання цін на паливо, і через це — на транспортування;
- 7) зміни в митній політиці;
- 8) припинення співпраці з деякими міжнародними партнерами;
- 9) потреба в незручній адаптації маркетингових стратегій;
- 10) психологічний стан невизначеного споживача.

Таким чином, військовий стан серйозно впливає на маркетингову логістику. Це вимагає від компаній гнучкості, здатності швидко реагувати на зміни в попиті та пропозиції, адаптації до нових умов транспортування та поставок, а також швидкої зміни стратегій просування товарів. Ключовими факторами є стабільність ланцюгів поставок, безпека товарів і персоналу, а також здатність підтримувати довіру споживачів у складних умовах.

Література

1. Тараненко О. Логістика в Україні. Що змінила війна? : веб-сайт. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/dostavka-i-logistika-pid-chas-viyni-shcho-zminilosya-zaraz-ostanni-novini-50273044.html> (дата звернення: 24.12.2024).
2. Кусий С. В. Розвиток логістики в Україні. Молодий вчений. 2018. № 10(2). С. 835– 839. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_10\(2\)_99](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_10(2)_99).
3. Вовчанська, О., Іванова, Л. Особливості реалізації інструментів маркетингу в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. №38. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-32>.
4. Хоменко І. О., Горобінська І.В., Горобінський А.В. Методичні підходи до досліджень оцінки фінансової безпеки підприємства та її маркетингове забезпечення. Розвиток міста. 2024. № 3. С. 102–110. DOI 10.32782/city-development.2024.3-14
5. Хоменко І.О., Бабаченко Л.В. Взаємозв'язок маркетингової та логістичної діяльності на підприємстві. Інфраструктура ринку. 2018. № 23. С. 80–84.
6. Парсяк В.Н., Жукова О.Ю. Маркетингова логістика: сучасні тренди та корисний досвід організації. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2022. Випуск 2(106). DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2022-2-13>
7. Єрмакова Я., Симоненко К. Маркетинг під час воєнного стану: канали комунікації, трансформація бізнесу і стратегій. Режим доступу: https://rau.ua/novyni/marketing-strategij-rau-promodo/?utm_source=chatgpt.com
8. А.В. Зеркаль, К.Є. Балабуха Маркетинг під час воєнного стану: побудова каналів комунікації та трансформація бізнесу. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/368321819_Marketing_pid_cas_voennogo_stanu_pobudova_kanaliv_komunikacii_ta_transformacia_biznesu_Marketing_in_war_time_building_communication_channels_and_business_transformation

Шиманська О.П.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та економічної теорії,
Барановський Ю.С.
здобувач вищої освіти,
Західноукраїнський національний університет

РОЛЬ ВІЙСЬКОВИХ ОВДП В УМОВАХ ВІЙНИ

За умов повномасштабної війни в Україні особливо актуальною вбачається проблема пошуку додаткових джерел фінансування державного бюджету, які б слугували безперервним джерелом забезпечення потреб української армії та підтримки вітчизняної економіки. З огляду на це, саме військові облігації є одним із найдієвіших інструментів підтримки державного бюджету під час війни, який доступний як для фізичних осіб, бізнесу, так і іноземних інвесторів [1].

Чимало уваги вітчизняні науковці, зокрема О. Вірченко, Г. Воєводський, Т. Григораш, О. Грубляк, В. Козюк, А. Мазуренко, Т. Мещерякова та багато ін., у своїх працях приділяють проблемам функціонування та ролі боргових ринків. Однак, на нашу думку, недостатньо з'ясованими залишаються питання щодо ролі облігацій внутрішньої державної позики й, зокрема, військових облігацій, як інструменту підтримки економіки України під час повномасштабної війни.

Військові ОВДП мають до певної міри універсальний характер, оскільки, з одного боку, забезпечують можливість одержання доходу його власнику, а з іншого, — частково профінансувати дефіцит державного бюджету. Беззаперечними перевагами цих боргових інструментів є можливості щодо їх придбання, які криються у відсутності оподаткування доходу та додаткових брокерських комісій, а також не передбачають надання підтвердження щодо походження коштів (довідки про доходи) (рис. 1). Окрім цього, фізичні особи, які є повнолітніми громадянами України, з 03.10.2022 року отримали можливість придбати військові облігації через електронний застосунок «Дія», що популяризує, спрощує та робить доступнішою купівлю цих фінансових інструментів.

Не передбачає сплати податків фізичними особами з отриманих доходів за цінними паперами	Спрощений механізм верифікації інвесторів (відсутність довідки про доходи)	Мінімальний поріг входу на ринок в залежності від видової специфіки облігації (≤ 1000 грн, /1000 дол. США / 1000 євро)
Відсутність додаткових брокерських комісій	Для фізичних та юридичних осіб, а також нерезидентів	Дисконтні та купонні боргові інструменти

Рис. 1. Переваги придбання військових ОВДП [2, с. 52]

Військові облігації є привабливими з точки зору низького рівня інвестиційних ризиків, з огляду на те, що держава (в особі Кабінету Міністрів України та Міністерства фінансів України) виступає в ролі гаранта, який забезпечує повернення повної суми вкладень і виплату доходу. Станом на 4 березня 2024 р. державі вдалося залучити до бюджету за розміщеними військо-