

Вони повинні надавати споживачам точну та доступну інформацію про екологічні характеристики своїх продуктів та послуг.

Серед прикладів успішних кейсів можна виділити Tesla – компанію, яка виробляє електромобілі. Tesla є лідером у галузі електромобілів. Компанія використовує екологічні технології та виробництва, а також пропагує екологічно чистий транспорт.

Екологічний маркетинг в Україні набирає обертів, про що свідчать підприємства, які випускають товари з переробленої сировини: Recast Plastic – меблі з переробленого пластику. Цікавим еко-брендом є Klartyk Fashion, який розробляє одяг із частин «клаптиків» вже використаної продукції.

Отже, екологічний маркетинг є важливим інструментом для підприємств, які прагнуть відповідати очікуванням екологічних споживачів і не тільки. Для того, щоб бути успішним, екологічний маркетинг повинен бути прозорим і підтвердженим. Компанії повинні надавати споживачам точну та доступну інформацію про екологічні характеристики своїх продуктів та послуг.

Список використаних джерел

1. Contributors to Wikimedia projects. Green marketing – Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Green_marketing (дата звернення: 11.10.2023).
2. Dutt S. The impact of green marketing on consumer purchase behavior. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*. 2020. Т. 2, № 2. Р. 01–05. URL: <https://doi.org/10.33545/26633329.2020.v2.i2a.48> (дата звернення: 11.10.2023).
3. Nielsen study reveals: Sustainability-themed advertising is here to stay. Nielsen. URL: <https://www.nielsen.com/news-center/2023/nielsen-study-reveals-sustainability-themed-advertising-is-here-to-stay/> (дата звернення: 11.10.2023).

УДК 338.432

ФЕРМЕРСТВО В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВОЄННИХ ДІЙ: ПРОБЛЕМИ ТА РІШЕННЯ

Петренко О., к.е.н., доц., доцент кафедри економічної теорії і економіки підприємства
Одеський державний аграрний університет
Кришталевич М., здобувачка вищої освіти
Одеський державний аграрний університет

Агропромисловий сектор є однією з важливих галузей національної економіки України. До початку повномасштабної війни сільське господарство України показувало вражаючі досягнення. Щорічне зростання галузі становило 5-6%, при цьому частка сільськогосподарського виробництва у ВВП складала 10%. Разом з переробкою сільськогосподарської продукції цей показник сягав 16% за оцінками Мінекономіки.

Україна була світовим лідером у виробництві деяких видів продукції. Сільське господарство забезпечувало обсяги торгівлі, що становили 6% світового споживання. Країна була першопрохідцем у міжнародній торгівлі олією соняшниковою (займала перше місце в

світі), а також ріпаком та ячменем (третє та четверте місце відповідно), не говорячи вже про інші види продукції.

Торгівля сільськогосподарською продукцією та продовольчими товарами приносила Україні вражаючі 22 млрд. доларів США щорічно, що складало 41% світового експорту в цій категорії.

Проте в наслідок повномасштабної війни, яка охопила країну, ця галузь зазнала серйозних випробувань. Так, загальні прямі збитки для малих і середніх підприємств складають 87 мільярдів доларів США. Бізнес-активність скоротилася, а експортерам важко працювати через блокаду портів, активні воєнні дії, атаки на інфраструктуру та інше.

Для того, щоб оцінити стан аграрної галузі України було проведено опитування власників 400 фермерських приватних господарств України. На рисунках 1 та 2 представлено географію опитаних респондентів та їх профільний напрямок.



Рис. 1. Географія розглянутих респондентів

Рис. 2. Профільний напрямок підприємств

Як видно з рисунку 1, найбільш постраждали аграрні підприємства південних та східних регіонів України. Профільним напрямком яких було вирощування зернових культур та овочів (рис. 2).

Так, внаслідок повномасштабної війни аграрна галузь зазнала значних витрат та збитків. Обсяги виробництва підприємств скоротилися, а деякі підприємства припинили свою діяльність.

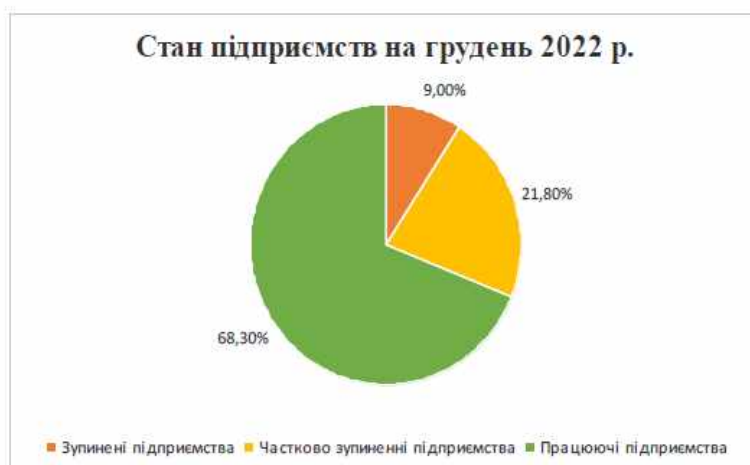


Рис. 3. Діяльність аграрних підприємств під час воєнних дій

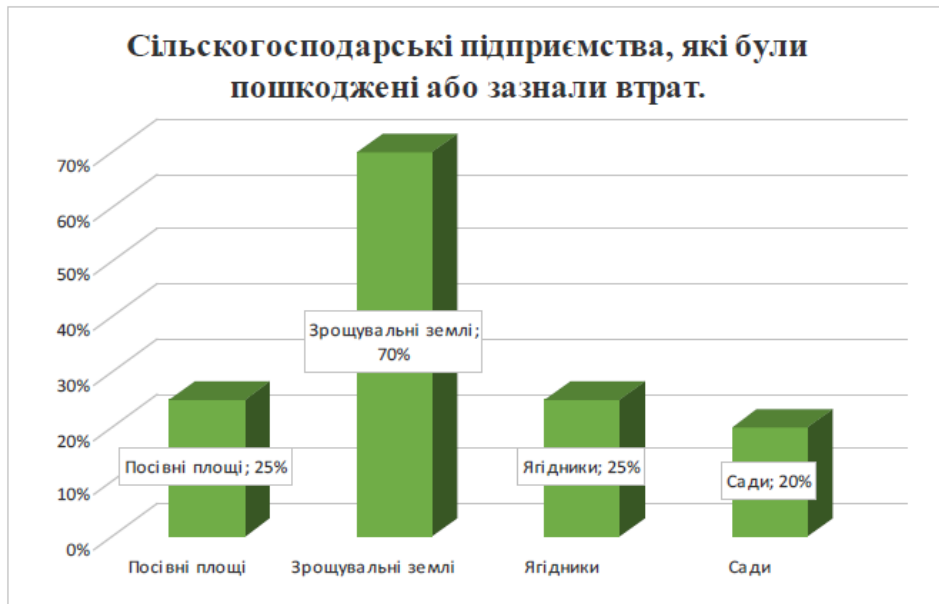


Рис. 4. Втрати в наслідок воєнних дій земельних угідь

Блокування морських портів суттєво скоротило експорт – з 6-7 млн. тон на місяць до 1,5 млн. тон. Це призвело до зниження внутрішніх цін на сільськогосподарську продукцію нижче рівня її виробництва навесні. Тому, 07 квітня 2022 року набув чинності Закон України про зміни до законодавства щодо продовольчої безпеки у воєнний період. Згідно з додатковим положенням до Земельного кодексу України були внесені такі зміни:

1. Договори оренди сільськогосподарських земель автоматично продовжуються на рік без додаткових формальностей. Цей термін, закінчується після введення воєнного стану.
2. Проведено процедуру оренди земель сільськогосподарського призначення на один рік. Договір можна укласти в електронній формі з використанням електронних підписів.
3. Заборонено передачу земель державних та комунальних у приватну власність, а також видачу дозволів на розробку земельної документації.
4. Не розглядалися торги щодо прав оренди, емфітевзису, суперфіції на сільськогосподарські землі державної та комунальної власності.
5. Можливість передачі права оренди землі на один рік без згоди власника, але з письмовим повідомленням.

Ці зміни мали забезпечити правовий захист малому та середньому аграрному бізнесу. Проте фермери України також очікують рішення в наступних напрямках:

1. Зняття тимчасового обов'язку сплачувати єдиний податок 4 групи.
2. Вирішення проблеми блокування податкових накладних та повернення презумпції невинуватості платника податку.
3. Створення організацій водокористувачів для розвитку зрошення.
4. Відтермінування введення мінімального податкового навантаження на 1 гектар.
5. Продовження безмитного режиму з ЄС та квот на кілька років.

Згідно опитування щодо перспективних планів фермерських господарств, слід відзначити:

- 43% планують зберегти поточний стан справ.
- 28% спрямовані на розвиток у майбутнє.
- 26% думають про мінімізацію збитків та можливу зміну напрямку.

Ті, хто планує розвивати господарство, мають на увазі збільшення виробництва (30%), вихід на нові ринки (19,5%) та покращення якості та ціни продукції (18,6%).

Лише 2% з усіх опитаних фермерських господарств готові до виходу на міжнародні ринки, при цьому кожен стикається з певними невирішеними проблемами, такими як адаптація упаковки чи відповідність продукції вимогам зарубіжних споживачів.

Кабінет Міністрів України задля фінансової підтримки сільськогосподарської діяльності приймає низку законів. Одним з них є Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання надання державних гарантій на портфельній основі» від 14 липня 2021 року № 723, що регулює порядок надання державних гарантій суб'єктам підприємницької діяльності, відтепер, у тому числі, сільськогосподарським товаровиробникам, з початку війни зазнавала змін п'ять разів [4].

Висновки. Повномасштабна війна в Україні негативно вплинула на агропромисловий сектор, який раніше відзначався вражаючими досягненнями. Загальні прямі збитки для малих і середніх сільськогосподарських підприємств сягають 87 мільярдів доларів США. Блокада портів, активні військові дії та атаки на інфраструктуру, що ускладнюють експорт продукції.

Уряд України проводить заходи щодо підтримки сільськогосподарського сектору, зокрема, приймаючи закони про надання державних гарантій та внесення змін до законодавства щодо продовольчої безпеки у воєнний період. За результатами опитування фермерських господарств багато з них планують зберегти поточний стан справ, але також є ті, що спрямовані на розвиток у майбутньому та мають плани щодо збільшення виробництва та виходу на нові ринки.

Список використаних джерел

1. Огляд законодавчих змін для агробізнесу під час війни. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/212091_oglyad-zakonodavchikh-zmm-dlya-agrobznesu-pd-chas-vyni (дата звернення: 11.10.2023).
2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо створення умов для забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану. Закон України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/T222145?an=1> (дата звернення: 10.10.2023).
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сільського господарства та експорту агропродукції під час воєнного стану. Закон України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/LI08068A?an=2> (дата звернення: 9.10.2023).
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 14 липня 2021 р. № 723. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/723-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення: 10.10.2023).

УДК 658.8

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У ВПЛИВІ НА СПОЖИВАЦЬКІ УПОДОБАННЯ

Рибалко А., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ
Зайцева О., к.е.н., доц., професор кафедри маркетингу
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

Актуальність теми в контексті зростання популярності соціальних мереж та їх впливу на життя сучасних людей полягає в тому, що у сучасному світі соціальні медіа стають невід'ємною частиною повсякденного життя. Їх популярність постійно зростає, і вони відіграють значущу роль у формуванні думок, уподобань та поведінки людей. Тому, вивчення впливу соціальних медіа на споживацькі уподобання має велике значення.