

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФОРМАЦІЙНО-
КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Дипломна робота

За темою:

**Механізм державної підтримки розвитку підприємницької діяльності у
сфері торгівлі та напрямки його розвитку: на основі підприємства
«АТБ»**

Виконала студентка 4
курсу, групи ПТБД-42

Ломашевська Дарина
Миколаївна

Спеціальність 076 –
Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність

Керівник: Сьомкіна Тетяна
Віталіївна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
Розділ 1. Теоретичні аспекти державної підтримки підприємницької діяльності в Україні	5
1.1 Значення підприємництва для економіки.....	5
1.2 Механізми державної підтримки підприємництва.....	14
1.3 Інструменти державної підтримки для сфери торгівлі	23
Розділ 2. Аналіз підприємницької діяльності у сфері торгівлі на прикладі підприємства АТБ	31
2.1 Характеристика діяльності підприємства ТОВ "АТБ-Маркет"	31
2.2 Аналіз господарської діяльності ТОВ "АТБ-Маркет"	38
2.3 Аналіз комплексу маркетингу ТОВ "АТБ-Маркет"	42
Розділ 3. Механізми державної підтримки розвитку підприємств в Україні: аналіз та оцінка.....	49
3.1 Існуючі програми та інструменти підтримки	49
3.2 Ефективність та проблеми використання механізмів державної підтримки	57
3.3 Використання інноваційних технологій та підходів	65
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78

ВСТУП

Актуальність дослідження. Податкові пільги та знижки відіграють вирішальну роль у сприянні розвитку малих і середніх підприємств (МСП) у секторі торгівлі. Зменшуючи фіскальний тягар, ці заходи дозволяють підприємствам реінвестувати більшу частину своїх прибутків у розширення та інновації. Акцент на податкових пільгах узгоджується з ширшою стратегією створення сприятливого бізнес-середовища, як зазначено в різних стратегічних документах і реформах, спрямованих на розвиток МСП. Постійні зусилля щодо вдосконалення цих стимулів ще більше підкреслюють прагнення уряду розвивати міцний і динамічний торговий сектор, який може внести значний внесок в економічне зростання та зайнятість.

Доступ до позик із низькими відсотками та фінансових грантів суттєво сприяє спроможності підприємств у торговому секторі здійснювати ініціативи з розширення та модернізації. Фінансові установи, часто в партнерстві з державними програмами, пропонують різноманітні варіанти фінансування, призначені для задоволення унікальних потреб МСП.

Державна підтримка в цій сфері є свідченням визнання ключової ролі, яку фінансова доступність відіграє в стимулюванні економічного розвитку та конкурентоспроможності на світовому ринку. Спрощуючи доступ до фінансових ресурсів, уряд не тільки сприяє негайному зростанню підприємств торговельного сектора, але й інвестує в довгострокову оздоровчу та інноваційну спроможність економіки.

Мета дослідження: вивчення та аналіз механізмів державної підтримки розвитку підприємницької діяльності у сфері торгівлі на прикладі підприємства "АТБ-Маркет", а також визначення напрямків подальшого розвитку цих механізмів.

Об'єкт дослідження: державна підтримка підприємницької діяльності у сфері торгівлі.

Предмет дослідження: механізми та інструменти державної підтримки розвитку підприємницької діяльності у сфері торгівлі, їх ефективність та можливості вдосконалення на прикладі підприємства "АТБ-Маркет".

Завдання дослідження:

1. Вивчити значення підприємництва для економіки.
2. Провести характеристику діяльності підприємства "АТБ-Маркет".
3. Проаналізувати господарську діяльність підприємства "АТБ-Маркет".
4. Здійснити аналіз комплексу маркетингу підприємства "АТБ-Маркет".
5. Дослідити можливості використання інноваційних технологій та підходів для покращення механізмів державної підтримки.

Методи дослідження: аналіз наукової літератури, узагальнення, систематизація.

Наукова новизна: полягає в комплексному аналізі існуючих механізмів державної підтримки розвитку підприємницької діяльності у сфері торгівлі на прикладі конкретного підприємства. Дослідження вперше проводить детальний аналіз ефективності застосування інструментів державної підтримки та пропонує конкретні напрямки їх вдосконалення з урахуванням сучасних інноваційних технологій.

Теоретична значущість: полягає у поглибленні розуміння ролі державної підтримки у розвитку підприємницької діяльності, особливо у сфері торгівлі. Результати дослідження можуть бути використані для подальшого теоретичного обґрунтування політики державної підтримки малого та середнього бізнесу.

Практична значущість: полягає у можливості використання його результатів для вдосконалення існуючих та розробки нових механізмів державної підтримки підприємств у сфері торгівлі. Рекомендації, розроблені на основі аналізу діяльності підприємства "АТБ-Маркет", можуть бути впроваджені для покращення ефективності державної підтримки підприємництва, що сприятиме розвитку економіки України в цілому.

Розділ 1. Теоретичні аспекти державної підтримки підприємницької діяльності в Україні

1.1 Значення підприємництва для економіки

Підприємці відіграють вирішальну роль в економіці, створюючи нові підприємства, що безпосередньо призводить до створення нових робочих місць. Цей процес є основоположним для економічного розвитку та зростання, оскільки він не лише створює можливості для працевлаштування, але й стимулює подальшу економічну діяльність. Основною мотивацією для підприємців є потенціал отримання прибутку, який спонукає їх досліджувати та розвивати перспективні напрямки. Зосереджуючись на інноваціях і потребах ринку, підприємці створюють нові галузі та розширюють існуючі, тим самим створюючи широкий спектр можливостей працевлаштування. Це безпосереднє створення робочих місць є свідченням життєво важливої ролі, яку відіграє підприємництво у сприянні економічній життєздатності та стійкості.

Малі та середні підприємства (МСП) справді є основою створення робочих місць у багатьох економіках, виконуючи ключову функцію, яку неможливо переоцінити. Ці суб'єкти виконують важливі ролі, такі як залучення економічних ресурсів до обороту та стимулювання інновацій та конкуренції в багатьох секторах. Значення МСП у національних економіках є глибоким, причому висока частка МСП є ознакою сильної та здорової економіки. Крім того, державна підтримка часто визнає важливість МСП, про що свідчать такі стимули, як фінансова підтримка для створення робочих місць. Це підкреслює важливість МСП не лише для створення робочих місць, але й для сприяння загальній економічній стабільності та зростанню.

Підприємницька діяльність відіграє важливу роль у забезпеченні можливостей працевлаштування в секторах, що розвиваються, що має вирішальне значення для динамічного розвитку економіки. Ці підприємства часто ведуть шлях у розробці нових технологій, бізнес-моделей і галузей, тим самим створюючи робочі місця, яких раніше не існувало. Ця здатність до інновацій та виходу на нові ринки сприяє не тільки створенню робочих місць, але й диверсифікації та зміцненню економіки. Підприємницька діяльність у секторах, що розвиваються, може поглинати надлишок робочої сили під час економічних спадів, демонструючи гнучкість і адаптивність підприємництва у вирішенні проблем зайнятості. Вирушаючи в нові сфери, підприємці не тільки забезпечують своє майбутнє, але й відіграють важливу роль у формуванні економічного ландшафту, що робить їх незамінними для економічного прогресу та стійкості [68,с.46].

Підприємці є провідними у впровадженні нових продуктів і послуг, виступаючи каталізаторами інновацій в економіці. Їхня головна мотивація випливає з потенціалу прибутку, який спонукає їх досліджувати та розвивати нові перспективні напрямки. Це невпинне прагнення до інновацій не тільки диверсифікує ринок новими пропозиціями, але й змушує існуючі бізнес-моделі розвиватися. Постійно розширюючи межі, підприємці допомагають у поширенні нових технологій і методологій, які можуть суттєво змінити поведінку та очікування споживачів. Таким чином, впровадження революційних продуктів і послуг не тільки заповнює існуючі прогалини на ринку, але й створює нові галузі та сектори в цілому.

Технологічний прогрес, спровокований стартапами, має глибокий вплив на продуктивність і ефективність у різних секторах. Стартапи з їх економічною структурою та гнучкістю часто знаходяться в авангарді впровадження та розробки нових технологій. Це призводить до значних удосконалень процесів і продукції, що може підвищити продуктивність і ефективність у ширшій економіці. Наприклад, гірничодобувне підприємство, яке інтегрує інноваційні технології, не лише підвищує власну операційну

ефективність, але й сприяє стійкості та економічній життєздатності галузі. Такі досягнення є вирішальними в сучасній цифровій економіці, де темпи технологічних змін є швидкими та неперервними. Таким чином, стартапи відіграють ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності галузей і здатності задовольняти мінливі потреби споживачів і глобальних ринків.

Інновації сприяють конкуренції, що є благом як для споживачів, так і для економіки. Жваве конкурентне середовище гарантує, що компанії більше зосереджуються на покращенні якості своїх продуктів і послуг, пропонуючи таким чином більший вибір споживачам. Ця конкуренція стосується не лише ціни, а й особливостей, якості, обслуговування клієнтів та інновацій. Присутність багатьох підприємців на ринку призводить до здорового конкурентного середовища, де споживач є кінцевим переможцем, отримуючи вигоду від кращої якості продуктів і послуг за конкурентними цінами. Крім того, ця конкуренція спонукає компанії постійно впроваджувати інновації, що веде до динамічного ринку, де прогрес і розвиток є постійними. Хвильові ефекти такої конкурентної екосистеми виходять за межі окремих галузей, сприяючи загальному економічному зростанню та розвитку [61,с.208].

Підприємництво відіграє ключову роль у відході економіки від надмірної залежності від традиційних галузей промисловості, сприяючи сприятливому ландшафту для інновацій та зростання. Ця стратегічна зміна полягає не лише у впровадженні нових продуктів чи послуг, а й у фундаментальній зміні економічної тканини, щоб прийняти різноманітність. Підприємці, керовані перспективою отримання прибутку, природно схильні досліджувати невикористані ринки чи сектори, вносячи таким чином новизну в економіку. Цей процес диверсифікації є життєво важливим, оскільки він поступово зменшує залежність економіки від звичайних секторів, прокладаючи шлях до більш адаптивної та динамічної економічної структури. Така диверсифікація особливо важлива для економік, які історично залежали від вузького кола галузей, оскільки вона відкриває нові шляхи для економічної діяльності та створення робочих місць.

Різноманітна економічна діяльність зміцнює стійкість економіки проти зовнішніх шоків, таких як глобальні фінансові кризи чи раптове падіння цін на сировину. Ця стійкість є прямим наслідком відсутності всіх економічних яєць в одному кошику; коли один сектор страждає, інші можуть підтримуватися або навіть розвиватися, тим самим пом'якшуючи економіку в цілому. Наприклад, країни з інноваційно-орієнтованою економікою демонструють надзвичайну здатність протистояти несприятливим глобальним економічним умовам завдяки своїй диверсифікованій економічній базі. Це тому, що інновації стимулюють продуктивність у різних секторах, від технологій до послуг, роблячи економіку менш вразливою до потрясінь, які можуть зруйнувати більш монолітні економічні системи. Таким чином, підприємництво, сприяючи інноваціям та диверсифікації, відіграє вирішальну роль у створенні економічної стійкості.

Стартапи, особливо в нових секторах і секторах, що розвиваються, є магнітами для іноземних інвестицій і досвіду, які мають вирішальне значення для економічного зростання та розвитку. Привабливість інноваційних продуктів, технологій і бізнес-моделей може залучити значний іноземний капітал, зацікавлений у використанні цих нових можливостей для отримання високих прибутків. Крім того, ІТ-індустрія, зокрема, продемонструвала значний потенціал у залученні іноземних інвестицій, демонструючи здатність сектора до інновацій та зростання, незважаючи на ширші економічні умови. Ці інвестиції не тільки вливають фінансові ресурси в економіку, але й приносять цінний досвід і створюють сприятливе середовище для подальших інновацій. Як наслідок, стартапи в нових секторах не лише сприяють диверсифікації економіки, але й виступають джерелами іноземних інвестицій та глобального досвіду, підвищуючи конкурентоспроможність економіки на міжнародній арені [70,с.43].

Підприємницька діяльність є фундаментальною для створення багатства в суспільстві, слугуючи стрижневою силою в розвитку та вдосконаленні економіки. Заохочуючи інновації та сприяючи створенню

нових продуктів, послуг і ринків, підприємці стимулюють економічне зростання та диверсифікацію. Цей динамічний процес не тільки підтримує економіку, але й покращує якість життя, запроваджуючи досягнення та зручності, які раніше були недоступні. Таким чином, підприємництво – це не лише особиста вигода, але й внесок у колективне багатство суспільства, підкреслюючи його роль як життєво важливого компонента розвиненої ринкової економіки. Психологічний феномен підприємництва — коли гонитва за особистим прибутком призводить до ширших економічних вигод — підкреслює внутрішню цінність підприємницьких зусиль у створенні суспільного багатства.

Успішні підприємницькі проекти відіграють вирішальну роль у розподілі багатства, насамперед через створення робочих місць та спрямування інвестицій. Створюючи нові підприємства, підприємці створюють можливості для працевлаштування, тим самим розподіляючи багатство серед ширших верств населення. Це створення робочих місць не обмежується безпосереднім працевлаштуванням у підприємницьких підприємствах, але поширюється на допоміжні галузі та послуги, які отримують вигоду від збільшення економічної діяльності. Крім того, успішні підприємці часто реінвестують свої прибутки в бізнес або інші інвестиційні шляхи, сприяючи циклу створення та розподілу багатства, що підтримує економічну стабільність і зростання. Важливість цього процесу полягає в його здатності не тільки підняти підприємців, але й підняти громади, забезпечуючи робочі місця та сприяючи культурі інвестицій і фінансового зростання [63,с.294].

Крім прямого економічного внеску, підприємці часто беруть участь у громадських проектах і благодійності, роблячи подальший внесок у розвиток суспільства. Цей аспект підприємництва відображає прагнення віддавати суспільству та використовувати їхній успіх як засіб для підтримки благодійних цілей, освітніх ініціатив або проектів розвитку громад. Такі інвестиції в громаду допомагають вирішувати соціальні питання,

покращувати умови життя, сприяють більш справедливому розподілу ресурсів. Крім того, участь підприємців у філантропії часто надихає інших робити внесок у суспільний розвиток, створюючи добродійний цикл благодійності, який приносить користь не лише найближчій громаді, а й суспільству в цілому. Завдяки цим філантропічним зусиллям підприємці демонструють, як успіх бізнесу можна використовувати для загального блага, посилюючи глибокий вплив, який підприємництво може мати на розвиток суспільства, окрім простих економічних показників.

Підприємці все частіше виходять за межі своїх внутрішніх ринків, виходячи на сферу міжнародної торгівлі, щоб розширити свою діяльність. Цей стратегічний крок полягає не лише у виході на нові ринки, але й у прийнятті глобального попиту на інноваційні продукти та послуги. Беручи участь у міжнародній торгівлі, підприємці можуть використовувати різноманітні потреби споживачів у всьому світі, таким чином значно розширюючи свою клієнтську базу. Це розширення має ключове значення не лише для зростання окремих компаній, але й для економіки в цілому, оскільки воно сприяє більш взаємопов'язаному глобальному ринку. Сутність підприємництва в економічному розвитку підкреслюється його роллю у зміні структури економіки, де міжнародна торгівля стає вирішальним важелем економічної диверсифікації та стійкості.

Стартапи, які часто вважають основою інновацій, відіграють життєво важливу роль у представленні унікальних продуктів і послуг на світовому ринку. Ці невеликі компанії, керовані баченням задоволення незадоволених потреб, знаходяться в авангарді пропозиції нових рішень, які можуть революціонізувати галузі. Динамічний характер стартапів у поєднанні з їх зосередженістю на інноваціях, інформаційних технологіях і науці робить їх значним внеском в економічне зростання в глобальному масштабі. Їхня здатність адаптуватися та впроваджувати інновації не лише прокладає шлях до нових галузей промисловості, але й сприяє створенню конкурентного середовища, яке заохочує постійне вдосконалення та творчість [73].

Залучення підприємців до міжнародної торгівлі є благом для валютних надходжень. Оскільки підприємства розширюють свою діяльність у всьому світі, вони сприяють надходженню іноземної валюти, яка є важливою для економічного здоров'я будь-якої країни. Це збільшення надходжень в іноземній валюті може призвести до більш сприятливого торговельного балансу, підтримуючи національну економіку шляхом забезпечення необхідних коштів для імпорту та інвестицій у ключові сектори. Крім того, залучення підприємців до міжнародних ринків сприяє економічним відносинам між країнами, потенційно призводячи до більш стабільних і процвітаючих глобальних економічних умов. Позитивний вплив підприємництва на надходження в іноземній валюті є свідченням його життєво важливої ролі в підвищенні економічного процвітання країн, які беруть участь у міжнародній торгівлі.

Підприємницька діяльність відіграє ключову роль у підвищенні якості життя, надаючи інноваційні товари та послуги, які відповідають мінливим потребам суспільства. Суть підприємництва полягає в його здатності змінювати економічну структуру, де основною мотивацією для підприємців є перспектива прибутку. Цей потяг до фінансової вигоди призводить до розробки та впровадження продуктів і послуг, призначених для покращення повсякденного життя. Наприклад, поява технологічних рішень у таких секторах, як транспорт і зв'язок, значно полегшила пересування та взаємодію людей. Задовольняючи абсолютні економічні потреби з максимально можливим обсягом виробництва та послуг за оптимальних умов, підприємництво не тільки задовольняє запити споживачів, але й підвищує рівень життя [64,с.103].

Інновації, спровоковані підприємницькими підприємствами в охороні здоров'я, освіті та інших критичних секторах, мають прямий і глибокий вплив на рівень життя. Включення таких соціальних послуг, як освіта та охорона здоров'я, у сферу підприємництва безпосередньо впливає на рівень життя населення країни. Інновації в охороні здоров'я, наприклад, можуть

призвести до кращих діагностичних інструментів, методів лікування та потенційно знизити витрати на охорону здоров'я, таким чином покращуючи загальне здоров'я та довголіття. Так само прогрес в освітніх технологіях може покращити результати навчання та доступність, зробивши якісну освіту більш інклюзивною. Ці специфічні інновації для окремих галузей сприяють багатшому та яскравішому життю людей, втілюючи концепцію, що ми можемо або обережно орієнтуватися в житті, або прийняти його багатство завдяки перевагам, які приносять підприємницькі інновації.

Економічне зростання, яке стимулюється підприємництвом, призводить до збільшення наявних доходів, тим самим покращуючи умови життя для широких верств населення. Механізм, що стоїть за цим, багатогранний; підприємництво стимулює економічну діяльність шляхом створення робочих місць, сприяння конкуренції та заохочення інвестицій. Це, у свою чергу, призводить до вищих наявних доходів для людей, що забезпечує кращий доступ до якісних товарів і послуг, таким чином підвищуючи рівень життя. Крім того, циклічний характер економічного зростання та коливань, як це вивчає макроекономіка, підкреслює важливість підприємництва для підтримки життєздатності економіки та забезпечення постійного покращення умов життя. Таким чином, процвітання, яке приносить підприємницька діяльність, перетворюється на відчутні переваги для суспільства, зокрема покращення житла, освіти, охорони здоров'я та загальне покращення умов життя.

Підприємці все більше стають ключовими у вирішенні суспільних проблем завдяки своїм інноваційним рішенням. Виявляючи прогалини в соціальних системах або неефективність, які призводять до проблем, ці далекоглядні люди розробляють продукти, послуги або методології, спрямовані на вирішення цих проблем. Суть таких підприємницьких починань полягає не лише в отриманні прибутку, а й у твердій прихильності до покращення суспільного добробуту. Цей підхід узгоджується з визначенням соціального підприємництва, яке наголошує на розгортанні

принципів і стратегій стартапів для розробки, фінансування та реалізації рішень, спрямованих на соціальні, культурні чи екологічні проблеми. Інноваційний характер цих рішень часто означає, що вони можуть вирішувати проблеми так, як традиційні підприємства чи державні органи не можуть, підкреслюючи унікальну позицію підприємців у сприянні суспільним змінам [57].

Концепція соціального підприємництва набула значного поширення завдяки своїй спрямованості на вирішення соціальних, культурних чи екологічних проблем за допомогою інноваційних бізнес-моделей. Ця форма підприємництва виділяється тим, що вона не лише націлена на фінансову стабільність, але й надає пріоритет вагомим суспільним змінам. Для таких підприємств характерна подвійна місія: досягнення прибутку, а також позитивний вплив на суспільство чи навколишнє середовище. Цей подвійний фокус є ключовою причиною зростання популярності соціального підприємництва, оскільки воно забезпечує інноваційні та стійкі рішення для актуальних глобальних проблем. Вирішуючи ці виклики, соціальні підприємці відіграють важливу роль у сприянні соціальній згуртованості, екологічній стійкості та культурному розумінні, що відображає широкий спектр їхнього впливу на суспільство.

Підприємницькі ініціативи можуть викликати значні зміни в суспільних нормах і практиках. Запроваджуючи інноваційні продукти, послуги чи концепції, підприємці можуть кинути виклик і зрештою змінити спосіб функціонування суспільства. Наприклад, соціальні підприємства часто подають приклад, демонструючи, як бізнес може бути силою добра, і заохочуючи інших наслідувати їхній приклад. Цей хвильовий ефект може призвести до широкомасштабних змін у поведінці споживачів, корпоративному управлінні та навіть нормативно-правовій базі. Крім того, дискурс навколо підприємництва підкреслює його роль у вирішенні культурних, екологічних, соціальних та економічних аспектів, тим самим сприяючи цілісному підходу до суспільних змін. Такі підприємницькі

зусилля не лише вирішують невідкладні проблеми, але й прокладають шлях до довгострокового вдосконалення суспільних норм і практики, підкреслюючи трансформаційний потенціал підприємництва у сприянні суспільним змінам.

1.2 Механізми державної підтримки підприємництва

Податкові пільги та знижки відіграють ключову роль у зниженні операційних витрат для підприємців, тим самим сприяючи сприятливому середовищу для зростання бізнесу. У таких країнах, як Україна, уряд налаштовує податкові інструменти для підтримки малого бізнесу, визнаючи їхній значний внесок в економіку. Ці стимули можуть включати зниження податку на прибуток, звільнення від сплати ПДВ або відшкодування певних витрат, які відповідають державним пріоритетам, наприклад збереження навколишнього середовища чи технологічні інновації. Наприклад, український уряд надає спеціальні податкові пільги таким суб'єктам, як природні заповідники та науково-дослідні ферми, демонструючи спеціальний підхід до податкових пільг, що приносить користь як бізнес-сектору, так і ширшим суспільним цілям. Ця стратегія не тільки полегшує фінансовий тягар для підприємців, але й заохочує їх узгоджувати свою бізнес-практику з цілями національного розвитку.

Дотації та субсидії є ще одним важливим механізмом державної підтримки підприємництва, зокрема у сприянні розвитку бізнесу та сприянні інноваціям. Уряд України через різні міністерства активно розгортає гранти для стимулювання інноваційного потенціалу малих і середніх підприємств (МСП). Ця фінансова допомога призначена для підтримки створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності підприємств та забезпечення їх стабільного розвитку в складних економічних умовах. Наприклад, Міністерство економіки України ініціювало грантові програми, спрямовані на переробні підприємства, спрямовані на модернізацію їх діяльності та збільшення частки ринку як на місцевому, так і на

міжнародному ринку. Надаючи пряму фінансову підтримку, держава не тільки допомагає задовольнити нагальні потреби бізнесу, але й інвестує в довгостроковий розвиток економіки країни.

Доступ до позик під низькі відсотки є фундаментальним аспектом державної підтримки підприємництва, спрямованої на сприяння стартап-ініціативам і зусиллям з розширення. Український уряд визнав життєво важливу потребу у доступних варіантах фінансування для малого та середнього бізнесу та працює над покращенням надання та популяризацією програм низьковідсоткових кредитів. Ці програми спеціально розроблені для вирішення проблем, з якими стикаються підприємці у забезпеченні капіталу, таким чином підвищуючи їх здатність до інновацій, розширення та сприяння диверсифікації економіки. Підхід до надання позик із низькими відсотками є багатогранним і передбачає співпрацю між урядом, фінансовими установами та міжнародними партнерами, щоб забезпечити широкий спектр можливостей для підприємств на різних етапах розвитку. Цей стратегічний фокус на покращенні доступу до фінансування відображає розуміння його критичної ролі в забезпеченні успіху бізнесу та економічної стійкості.

Семінари, семінари та курси з підприємництва та управління бізнесом, які підтримуються державою, стали ключовими інструментами для виховання підприємницького духу та кваліфікації. Ці програми охоплюють широкий спектр тем, від основ відкриття бізнесу до передових стратегій менеджменту та інновацій, розроблених для задоволення різноманітних потреб як підприємців-початківців, так і досвідчених. Мета полягає в тому, щоб озброїти учасників необхідними навичками та знаннями, щоб успішно орієнтуватися в складному бізнес-ландшафті. Такі освітні ініціативи часто висвітлюють:

- основні поняття комерційного підприємництва та механізми його розвитку;
- стратегії інновацій у конкурентному бізнес-середовищі;

- практичні навички управління, адаптовані для підприємницького сектору [43,с.185].

Завдяки цим програмам підприємці отримують уявлення про ефективні бізнес-практики та стратегії, сприяючи створенню екосистеми підтримки для зростання бізнесу та інновацій.

Надання онлайн-ресурсів та інструментів для планування та розвитку бізнесу стало неодмінним аспектом державної підтримки підприємництва. Ці ресурси, відомі своєю доступністю та вичерпністю, призначені для оптимізації процесу розвитку бізнесу, пропонуючи вказівки щодо різних етапів бізнес-планування, фінансового менеджменту та аналізу ринку. Платформи зазвичай мають:

- комплексні інструменти бізнес-планування;
- посібники з фінансового менеджменту та аналізу ринку;
- доступ до широкого спектру навчальних курсів і матеріалів, які доступні безкоштовно.

Ця ініціатива не тільки демократизує доступ до основних бізнес-знань, але й заохочує культуру самодостатності серед підприємців, дозволяючи їм приймати обґрунтовані рішення та адаптуватися до бізнес-середовища, що постійно змінюється.

Програми наставництва відіграють вирішальну роль у подоланні розриву між початківцями підприємцями та досвідченими бізнес-лідерами. Ці програми, часто сприяні неурядовими організаціями чи державними органами, надають новачкам платформу для спілкування з досвідченими професіоналами, які можуть запропонувати керівництво, поради та підтримку на основі їхніх власних успіхів і невдач. Серед переваг таких програм:

- індивідуальне керівництво, адаптоване до бізнес-потреб підопічного;
- можливість вчитися на досвіді та помилках відомих підприємців;
- можливості налагодження контактів у ширшій бізнес-спільноті.

Розвиваючи такі стосунки між наставником і підопічним, підтримувані державою програми наставництва не лише покращують практичні навички нових підприємців, а й сприяють створенню динамічної, сприятливої підприємницької екосистеми [54,с.36].

Розвиток бізнес-інкубаторів і акселераторів є ключовим механізмом для сприяння розвитку стартапів, оскільки ці платформи пропонують безцінні ресурси та підтримку. Бізнес-інкубатори, вперше концептуалізовані в Сполучених Штатах наприкінці 1950-х років, перетворилися на комплексні системи підтримки для нових підприємств, забезпечуючи сприятливе середовище, яке включає офісні приміщення, наставництво та доступ до мереж для можливостей фінансування. Подібним чином бізнес-акселератори розширюють цю підтримку, зосереджуючись на швидкому зростанні та підключенні стартапів до інвесторів, наставників та інших ресурсів, які мають вирішальне значення для їх розвитку. Різниця між інкубаторами та прискорювачами полягає в їх робочих моделях; інкубатори, як правило, підтримують стартапи без встановлених часових рамок, тоді як акселератори прагнуть до швидкого зростання протягом певного періоду, як правило, через когортні програми. Держава відіграє значну роль у створенні та фінансуванні цих організацій, забезпечуючи таким чином, щоб інноваційні ідеї не тільки народжувалися, але й створювали необхідне середовище для процвітання та внеску в економіку.

Ще одним вагомим кроком у державній підтримці підприємництва є інвестиції в технопарки та інноваційні хаби. Ці спеціалізовані зони призначені для сприяння інноваціям шляхом об'єднання технологічно-орієнтованих компаній і дослідницьких установ в межах однієї географічної зони. Концепція технопарків не є новою, але її впровадження має різний ступінь успіху в різних регіонах. Там, де механізми державної підтримки є надійними, технопарки стали каталізаторами економічного розвитку, залучаючи як внутрішні, так і зовнішні інвестиції. Однак механізм державної підтримки наукових парків, зокрема в країнах з економікою, що

розвивається, все ще перебуває на стадії становлення, а вжитим заходам часто бракує системного підходу. Незважаючи на ці проблеми, потенційні переваги технологічних парків, включаючи створення робочих місць, технологічний прогрес і стимулювання місцевої економіки, роблять їх ключовим напрямком для державного інвестування та підтримки.

Покращення Інтернету та телекомунікаційних послуг є ключовим для сучасного бізнесу, і державна підтримка в цьому секторі стає все більш важливою. Усвідомлюючи це, уряди докладають узгоджених зусиль для розширення та вдосконалення цих послуг, прагнучи не лише підтримати цифрові потреби бізнесу, але й забезпечити справедливий доступ для різних соціально-економічних груп. Це передбачає не лише розширення інфраструктури, а й впровадження політики, яка забезпечує справедливий механізм фінансування цих послуг, особливо для соціально незахищених користувачів. Крім того, глобальна тенденція до цифровізації бізнес-процесів вимагає постійного вдосконалення телекомунікаційної інфраструктури, що робить її критичною сферою для державного втручання. Зосереджуючись на розробці надійних Інтернет- і телекомунікаційних послуг, держави можуть значно підвищити операційну ефективність бізнесу, тим самим сприяючи загальному економічному зростанню та конкурентоспроможності на глобальній арені [74].

Спрощення процедур реєстрації та ліцензування бізнесу є важливим механізмом державної підтримки підприємництва. Уряди визнали необхідність зробити ці процеси менш громіздкими, щоб заохотити більше людей розпочинати бізнес. Так, значним кроком уперед стало запровадження єдиного спрощеного порядку державної реєстрації та ліцензування. Це спрощення полегшило підприємцям орієнтування на початкових етапах створення бізнесу, зменшивши бюрократичні перешкоди, які часто відлякують потенційних власників бізнесу. Ключові аспекти цього спрощення включають:

- уніфікований процес реєстрації та ліцензування;

- скорочений час обробки заявок;
- нижчі комісії, пов'язані з реєстрацією та ліцензуванням.

Мета полягає в тому, щоб створити більш сприятливе середовище для заснування нових підприємств, визнаючи роль малого бізнесу в стимулюванні економічного зростання та створенні робочих місць.

Юридичні консультації та підтримка прав інтелектуальної власності та патентів є фундаментальними для захисту інновацій та творчих зусиль підприємців. На жаль, у деяких регіонах, наприклад в Україні, наразі практично відсутній механізм державної підтримки захисту прав інтелектуальної власності. Відсутність підтримки може заважати інноваціям і перешкоджати підприємцям вкладати час і ресурси в розробку нових продуктів або послуг. Щоб вирішити цю проблему, експерти виступають за:

- розробка договорів про передачу прав інтелектуальної власності;
- надання юридичних послуг для бізнесу, включаючи консультування з питань оподаткування та аутсорсинг бухгалтерського обліку, щоб орієнтуватися в складностях законодавства про інтелектуальну власність;
- посилення державних і приватних структур, спрямованих на вдосконалення організаційного забезпечення розвитку малого бізнесу та його інновацій.

Такі заходи можуть допомогти створити більш надійну систему захисту інтелектуальних активів бізнесу, що є важливим для сприяння інноваціям і конкурентоспроможності на глобальному ринку.

Політика захисту малого бізнесу від недобросовісної конкуренції має вирішальне значення для створення справедливого та конкурентного ринку. Держава відіграє важливу роль у регулюванні ринку, щоб малий бізнес мав можливість боротися з більшими, більш відомими компаніями. Це передбачає впровадження політики, яка запобігає монополізму та гарантує, що малий бізнес не буде витіснений з ринку недобросовісною конкуренцією. Стратегії включають [67,с.193]:

- субсидування окремих суб'єктів господарювання для вирівнювання умов конкуренції;
- застосування антимонопольного законодавства для запобігання утворенню монополій;
- надання платформ для малого бізнесу, щоб висловити свою стурбованість і отримати компенсацію.

Ці політики не лише захищають малий бізнес, але й заохочують різноманітність та інновації на ринку, сприяючи здоровішій економіці та пропонуючи споживачам ширший вибір.

Щоб підвищити спроможність компаній досліджувати та виходити на нові ринки, різні програми були розроблені спеціально з цією метою. Ці ініціативи мають вирішальне значення, оскільки вони безпосередньо спрямовані на вирішення проблем, з якими стикаються підприємці, намагаючись зрозуміти та орієнтуватися в складнощах міжнародних ринків. Такі програми надають низку послуг, включаючи, але не обмежуючись:

- практичні поради щодо виходу на зовнішні ринки;
- комплексна консультаційна підтримка для підвищення експортного потенціалу;
- розвиток ринкової інфраструктури підприємництва.

Ці послуги є невід'ємною частиною підготовки компаній не лише до впевненого виходу на нові ринки, але й до підтримки та розширення своєї міжнародної присутності. Демістифікуючи процес виходу на ринок, ці програми відіграють ключову роль у розширенні глобального відбитку бізнесу.

Участь у міжнародних торгових ярмарках і заходах визнано стратегічним засобом для компаній, щоб продемонструвати свої продукти та послуги на глобальній арені. Визнаючи це, створено механізми державної підтримки для заохочення та сприяння залученню вітчизняних підприємств до таких міжнародних зібрань. Пропонована підтримка включає:

- фінансова допомога для покриття частини витрат, пов'язаних з участю в міжнародних виставках;

- можливості для підприємств представити та продемонструвати свою продукцію світовій аудиторії, сприяючи міжнародним діловим відносинам.

Ця форма державної допомоги сприяє не тільки підвищенню впізнаваності бізнесу на міжнародному майданчику, але й відкриває двері для нових ринкових можливостей, співпраці та потенційних інвесторів.

Керівництво та фінансова допомога для діяльності, пов'язаної з експортом, є важливими компонентами державної підтримки, спрямованої на сприяння інтернаціоналізації бізнесу. Ця допомога є багатогранною та охоплює [55,с.12]:

- експортні гранти для підтримки розвитку бізнесу, про що свідчить виділення значних коштів для підприємців переробної промисловості;

- угоди про програми підтримки бізнесу з міжнародними партнерами, спрямовані на підвищення експортних можливостей бізнесу.

Така фінансова підтримка та стратегічне керівництво мають ключове значення для пом'якшення ризиків, пов'язаних із виходом на нові міжнародні ринки, і для підвищення конкурентоспроможності бізнесу на глобальній арені. Забезпечуючи надійну систему підтримки, держава відіграє вирішальну роль у тому, щоб бізнес міг ефективніше долати виклики експортної діяльності.

Одним із ключових аспектів державної підтримки підприємництва, зокрема у сфері досліджень і розробок (НДДКР), є виділення фінансування для проектів у галузі науково-технічних розробок та сприяння співпраці між бізнесом та науковими установами. Уряди часто виділяють значні частини своїх бюджетів на підтримку цих ініціатив, усвідомлюючи життєво важливу роль, яку вони відіграють у стимулюванні інновацій та економічного зростання. Так, спеціально для підтримки виробничих наукових установ запроваджуються бюджетні програми, на які щорічно виділяються кошти для

сприяння їх розвитку. Ці партнерства між компаніями приватного сектору та університетами чи дослідницькими установами спрямовані на:

- заохочення обміну знаннями та ресурсами;
- розширення практичного застосування академічних досліджень;
- прискорення розробки нових технологій і продуктів.

Така співпраця є важливою для подолання розриву між теоретичними дослідженнями та їх практичним впровадженням, тим самим сприяючи створенню екосистеми, сприятливої для інновацій та економічного процвітання.

Ще одним наріжним каменем державної підтримки підприємництва є стимулювання бізнесу, який займається розробкою інноваційної продукції. Ці стимули є не лише фінансовими, а й включають різні форми регуляторної підтримки, спрямовані на зниження бар'єрів для інновацій. Наприклад, фінансові механізми державної підтримки спрямовані на сприяння інноваційному розвитку підприємництва, як це видно на прикладі України, де реалізуються спеціальні програми для підтримки бізнесу, орієнтованого на інновації. Ці стимули зазвичай включають:

- податкові пільги або кредити на витрати на дослідження та розробки;
- гранти та субсидії для проектів, які, як вважається, мають значний потенціал для технологічного прогресу;
- спрощені регуляторні процедури для комерціалізації нових продуктів.

Такі заходи спрямовані на зменшення фінансового ризику, пов'язаного з науково-дослідною діяльністю, тим самим заохочуючи більше підприємств до реалізації інноваційних проектів, які можуть призвести до новаторських продуктів і послуг [26,с.6].

Доступ до найсучасніших дослідницьких засобів і обладнання є ще однією важливою формою підтримки, що надається підприємцям і компаніям, які займаються дослідженнями та розробками. Усвідомлюючи високі витрати, пов'язані з передовою дослідницькою інфраструктурою, уряди часто надають такі об'єкти підприємствам безпосередньо або через

партнерство з університетами та дослідницькими установами. Такий підхід не тільки підтримує розробку нових технологій, але й полегшує тестування та вдосконалення цих інновацій економічно ефективним способом. Окреслено першочергові заходи державного регулювання щодо створення об'єктів інноваційної інфраструктури, що забезпечують досягнення запланованих цілей розвитку. Цей механізм підтримки життєво важливий для:

- зниження бар'єрів входу для стартапів і малих підприємств, які інакше не могли б дозволити собі такі можливості;

- заохочення експериментів та інновацій шляхом надання необхідних інструментів і ресурсів.

Доступ до цих ресурсів може суттєво прискорити процес науково-дослідних розробок, полегшуючи підприємствам більш швидкий вихід на ринок нових та інноваційних продуктів.

1.3 Інструменти державної підтримки для сфери торгівлі

У сфері міжнародної торгівлі податкові знижки та звільнення від сплати податків є значними фінансовими стимулами для компаній, які прагнуть розширити свій глобальний слід. Зокрема, ця фіскальна політика спрямована на полегшення податкового тягаря для компаній, які займаються експортом товарів і послуг, тим самим підвищуючи їх конкурентоспроможність на міжнародній арені. Наприклад, звільнення від оподаткування може бути застосовано до продуктів, призначених для продажу в магазинах безмитної торгівлі, пропонуючи явну фінансову перевагу підприємствам, які працюють у цьому просторі. Крім того, податковий кредит на репродуктивні технології ілюструє, як цільові податкові стимули можуть зменшити загальний оподатковуваний дохід компанії, фактично знижуючи фінансові бар'єри для входу на зовнішні ринки. Цей стратегічний підхід до податкової політики підкреслює прагнення

уряду сприяти створенню середовища, сприятливого для розширення торгівлі.

Доступ до позик під низькі відсотки є ще одним запорукою державної підтримки бізнесу, спрямованого на активізацію торговельних операцій. Ці спеціалізовані фінансові продукти розроблено з урахуванням унікальних потреб експортерів, пропонуючи умови, які є більш вигідними, ніж стандартні комерційні позики. Наприклад, вексельні позики надають підприємствам механізм для забезпечення фінансування шляхом дисконтування векселів, що забезпечує більш гнучкі та доступні варіанти фінансування. Ця можливість є особливо корисною для компаній, які прагнуть розширити свою діяльність або інвестувати в необхідну інфраструктуру для підтримки збільшення торговельної діяльності. Зменшуючи вартість капіталу, кредити з низькими відсотками служать каталізатором для зростання торгівлі, дозволяючи підприємствам здійснювати стратегії розширення з меншим фінансовим ризиком [40,с.43].

Програми грантів, спрямовані на дослідження ринку та вивчення нових ринків, є безцінними ресурсами для експортерів, які прагнуть орієнтуватися в складнощах міжнародної торгівлі. Ці програми часто зосереджені на фінансовій підтримці заходів, які мають вирішальне значення для успішного виходу на ринок, таких як ефективні маркетингові стратегії та адаптація продуктів або послуг відповідно до місцевих переваг. Крім того, наявність грантів, спеціально спрямованих на експортерів, підкреслює визнання урядом важливості інформованих стратегій виходу на ринок. Пропонуючи фінансову підтримку для ринкових досліджень та ініціатив щодо виходу на ринок, ці грантові програми відіграють вирішальну роль у забезпеченні бізнесу знаннями та ресурсами, необхідними для закріплення на нових ринках, що зрештою сприяє диверсифікації та зростанню торгової діяльності.

Експортні кредитні гарантії, що підтримуються урядом, є основним механізмом, розробленим для пом'якшення ризиків, пов'язаних з міжнародною торгівлею. Забезпечуючи систему безпеки, ці гарантії

допомагають підприємствам зорієнтуватися в невизначеності експорту товарів і послуг. Зокрема, уряд через експортно-кредитні агентства (ЕСА) пропонує гарантії для забезпечення виконання боргових зобов'язань експортерів, тим самим заохочуючи банки та фінансові установи надавати кредити експортерам, які інакше можуть вважатися занадто ризикованими. Ця форма державної допомоги має вирішальне значення для створення середовища, в якому підприємства можуть впевнено брати участь у міжнародній торгівлі, знаючи, що існує система підтримки, до якої можна вдатися в разі несплати іноземними покупцями. Такі гарантії є не лише фінансовим буфером, а й стратегічним інструментом підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світовому ринку.

Страховання від політичних і комерційних ризиків у міжнародній торгівлі є ще одним рівнем захисту для експортерів, які виходять на невизначені ринки. Уряд України, наприклад, вжив активних заходів, затвердивши перелік військово-політичних ризиків, встановивши чіткі умови страхування та перестраховання цих ризиків. Це включає покриття для таких сценаріїв, як примусова експропріація власності або конфіскація під політичним тиском. Крім того, Експортно-кредитне агентство (ЕСА) уповноважене страхувати та перестраховувати ці військові та/або політичні ризики, забезпечуючи важливий захист для підприємств, які працюють у нестабільних регіонах. Такі заходи не тільки захищають фінансові інтереси експортерів, але й сприяють стабільності міжнародного торгового середовища шляхом мінімізації впливу непередбачуваних політичних подій.

Забезпечення короткострокового та середньострокового страхування експортних кредитів є свідченням комплексної системи підтримки, спрямованої на підтримку міжнародної торгівлі. Це страхування відіграє життєво важливу роль у покритті ризиків несплати за експортовані товари та послуги, тим самим сприяючи більш плавним та безпечним торговим операціям. Умови покриття ретельно визначені, тарифи визначаються як відсоток від страхової суми, що гарантує, що витрати є керованими для

підприємств. Пропонуючи як короткострокові, так і середньострокові варіанти, Експортно-кредитне агентство (ЕСА) обслуговує широкий спектр торгових операцій, від негайних угод до тих, що вимагають подовженого кредитного періоду. Ця гнучкість має вирішальне значення для задоволення різноманітних потреб експортерів і сприяння розвитку процвітаючого експортного сектора [49,с.11].

Торговельні місії є наріжним каменем у зусиллях з вивчення нових ринків і збільшення обсягів торгівлі. Ці місії, часто очолювані державними установами чи організаціями сприяння торгівлі, служать мостом, що з'єднує підприємства з потенційними партнерами та клієнтами на незвіданих територіях. Ефективність торговельних представництв полягає в їх прямому підході - надання компаніям безцінної можливості особисто зустрітися з потенційними клієнтами, зрозуміти динаміку місцевого ринку та закріпитися в нових регіонах. Ця цільова стратегія є особливо корисною для компаній, які прагнуть розширити свою експортну діяльність, оскільки пропонує структуровану платформу для взаємодії з ключовими зацікавленими сторонами та орієнтування в складнощах міжнародної торгівлі. Міністерство економіки, наприклад, відіграє ключову роль в організації цих місій, забезпечуючи учасникам необхідну підтримку, щоб зробити їхні підприємства успішними. Цей практичний підхід до вивчення ринку доповнюється різними послугами, зокрема аналізом ринку, розробкою експортних стратегій і навчанням, усі вони спрямовані на максимізацію результатів торгових місій.

Доступ до повних баз даних про міжнародні ринки та правила є важливим інструментом для компаній, які прагнуть процвітати на світовій торговій арені. Ці бази даних діють як сховище важливої інформації, що охоплює широкий спектр тем, від ринкових тенденцій і переваг споживачів до детальних правил, що регулюють торгівлю в окремих секторах. Для таких галузей, як сільське господарство, розуміння регуляторного середовища має вирішальне значення через унікальні виклики та можливості, які воно

створює. Крім того, угоди про цифрову торгівлю, як-от угода між Україною та Сполученим Королівством, підкреслюють важливість наявності міцної правової бази, яка підтримує розвиток цифрової торгівлі, ще більше підкреслюючи потребу в актуальній інформації щодо нормативних актів. Використовуючи ці бази даних, компанії можуть приймати обґрунтовані рішення, забезпечуючи відповідність міжнародним стандартам і використовуючи нові можливості. Доступність таких даних, яку сприяють такі організації, як НКЦПФР, яка зобов'язує трейдерів подавати інформацію для загального доступу, є значним кроком до прозорості та легкого доступу до ринкової інформації [37,с.16].

Участь у міжнародних торговельних ярмарках і виставках є стратегічним кроком для компаній, які прагнуть розширити свою глобальну присутність. Ці події пропонують компаніям унікальну платформу для демонстрації своїх продуктів і послуг, взаємодії з потенційними клієнтами та партнерами та оцінки конкурентного середовища. Симбіотичний зв'язок між маркетинговими інструментами та міжнародною торгівлею втілюється в сучасній міжнародній виставці, де підприємства можуть досягати цілого ряду — від проникнення на ринок і аналізу конкурентів до залучення споживачів і оновлення продукції. Підтримка таких організацій, як Посольство України в Данії, яке сприяє участі українського бізнесу в таких заходах, свідчить про ширші зусилля урядів щодо сприяння міжнародній торгівлі. Ці виставки не тільки забезпечують видимість для компаній-учасниць, але й служать провідником для культурного обміну та обміну знаннями, посилюючи важливість прямої взаємодії для побудови тривалих ділових відносин.

Розвиток інфраструктури, пов'язаної з торгівлею, включаючи порти та логістичні центри, відіграє ключову роль у зміцненні торгівлі шляхом значного зниження пов'язаних з цим витрат і сприяння більш плавному транзиту товарів. Сучасні тенденції свідчать про те, що постійні дослідження та моніторинг ринку логістичних послуг є необхідними для розуміння його функціонування та визначення напрямків для вдосконалення. Цей підхід має

вирішальне значення для стратегічного планування та розвитку інфраструктури, яка відповідає мінливим вимогам світової торгівлі. Інвестуючи в найсучасніші порти та логістичні центри, уряди можуть забезпечити не тільки ефективну торговельну інфраструктуру, але й здатність обробляти зростаючий обсяг торгівлі. Ці зусилля узгоджуються з необхідністю скоротити витрати, пов'язані з торгівлею, шляхом впровадження транспортних реформ і спрощення торговельних процедур, як зазначено в Угоді про сприяння торгівлі (TFA) [23,с.131].

Політика уряду, яка сприяє ефективним процесам митного оформлення, є важливою у збільшенні потоків міжнародної торгівлі. Прикладом нормативно-правових актів, спрямованих на впорядкування митних процедур, є офіційне опублікування Закону України «Про державну митну справу». Цей закон є частиною ширшої роботи з організації митних відносин шляхом упорядкування митного простору, встановлення митних кордонів та координації дій митних органів. Така політика спрямована на спрощення процесу митного оформлення, тим самим скорочуючи час і витрати, пов'язані з імпортом і експортом товарів. Спрощення митних процедур, як рекомендовано СЕФАКТ ООН, відображає глобальний рух до того, щоб зробити торгівлю більш доступною та менш обтяжливою для компаній у всьому світі. Ці ініціативи підкреслюють вирішальну роль державного втручання в сприяння торгівлі шляхом усунення бюрократичних перешкод і сприяння більш ефективному митному середовищу.

Підтримка інфраструктури цифрової торгівлі та платформ електронної комерції стає все більш важливою, оскільки світова економіка переходить у бік цифровізації. Відсутність державних програм та інфраструктури для заохочення використання цифрових інструментів і рішень визначено як значну перешкоду для розвитку цифрової торгівлі. У відповідь Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України запровадило комунікаційну платформу для підтримки цифрової трансформації торгівлі. Крім того, затвердження Стратегії впровадження цифрового розвитку,

трансформації та цифровізації системи управління державними фінансами є значним кроком на шляху впровадження цифрової торгівлі. Ці ініціативи спрямовані на мінімізацію корупційних ризиків шляхом розробки та впровадження цифрових інструментів, відображаючи ширші зусилля з модернізації торгівлі та комерції в епоху цифрових технологій. Успіх цифрової торгівлі на глобальних ринках залежить від синергічної взаємодії між державною політикою та бізнесом, що підкреслює важливість політики підтримки та платформ для сприяння онлайн-торгівлі.

Переговори про торговельні угоди відіграють ключову роль у зниженні тарифів і усуненні бар'єрів, сприяючи тим самим більш плавним торговим потокам між країнами. Ці угоди сприяють усуненню бар'єрів у торгівлі товарами та забезпеченню більш легкого переміщення товарів через кордон. Встановлюючи умови добросовісної конкуренції та спрощуючи митні процедури, торговельні угоди значно зменшують фінансовий тягар, пов'язаний із транскордонними транзакціями, і скорочують час, необхідний для того, щоб товари досягли місця призначення. Цей спрощений процес не тільки приносить користь підприємствам, знижуючи операційні витрати, але й підвищує загальну ефективність міжнародної торгівлі [9,с.133].

Ще однією важливою формою державної підтримки торгівлі є допомога у відповідності стандартам зовнішнього ринку та сертифікації. Світова організація торгівлі (СОТ), як правонаступник Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ), відіграє фундаментальну роль у цьому аспекті, виступаючи за усунення технічних бар'єрів і сприяючи прозорості та справедливості в торгівлі. Комітет СОТ з технічних бар'єрів у торгівлі (ТВТ), наприклад, гарантує, що технічні регламенти, стандарти та процедури оцінки відповідності є недискримінаційними та не створюють непотрібних перешкод для торгівлі, допомагаючи таким чином підприємствам орієнтуватися в складному ландшафті міжнародних стандартів та сертифікати.

Адвокація та правова підтримка в подоланні торгових суперечок і бар'єрів є ще одним важливим механізмом, за допомогою якого держави підтримують торгівлю. Нормативно-правова база та міжнародні угоди, такі як Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, забезпечують структуровану основу для вирішення суперечок та подолання бар'єрів, які можуть виникнути в торговельних відносинах. Націлені на економічну інтеграцію та створення поглибленої та всеосяжної зони вільної торгівлі, ці угоди підкреслюють важливість юридичної та адвокатської підтримки для забезпечення того, щоб торговельні суперечки вирішувалися у спосіб, який є справедливим і сприяє підтримці здорових економічних відносин між торговельними партнерами.

Розділ 2. Аналіз підприємницької діяльності у сфері торгівлі на прикладі підприємства АТБ

2.1 Характеристика діяльності підприємства ТОВ "АТБ-Маркет"

"АТБ-Маркет" - українська мережа супермаркетів формату "дискаунтер".

Повне найменування товариства: Товариство з обмеженою відповідальністю "АТБ-Маркет".

Товариство вважається створеним, як юридична особа, з моменту його державної реєстрації .

Товариство з обмеженою відповідальністю "АТБ-Маркет" здійснює свою діяльність, керуючись Статутом, Конституцією України, господарчим кодексом України, та іншими нормативними документами, може від свого імені набувати і здійснювати майнові і особисті немайнові права, нести обов'язки, бути позивачем і відповідачем в суді.

Юридична адреса підприємства ТОВ "АТБ-Маркет": 49101, м. Дніпропетровськ, пр-т Кірова, 40.

Місія ТОВ "АТБ-Маркет" полягає в тому, щоб забезпечувати населення України якісними продуктами харчування та непродовольчими товарами першої необхідності за мінімальними цінами. Гарантуючи якість товару за рахунок використання високоефективних технологій та етичного ведення роздрібного бізнесу.

Цілі компанії. Як і будь-яка інша організація, компанія "АТБ-Маркет" є багатоцільовою системою, перед якою в будь-який момент часу коштує більше однієї мети. До того ж компанія є комерційною організацією, а отже, її діяльність повинна бути рентабельною. Розкриття теми даної курсової роботи не вимагає повного опису дерева цілей організації, тому можна обмежитися тільки найзагальнішими маркетинговими цілями підприємства. Ними є:

- збільшення частки ринку;

- максимізація одержуваної прибутку;

Історичні етапи розвитку торгового підприємства "АТБ-Маркет".

Роздрібна мережа "АТБ-Маркет" була заснована в 1993 році і складалася з 6 гастрономів.

У 1999 році фірма отримала назву "АТБ-Маркет" (раніше - "Агротехбізнес").

У березні 2001 року починається новий етап у розвитку компанії - впровадження сучасної технології організації роздрібної торгівлі, гастрономи "АТБ-Маркет" послідовно реорганізуються в магазини самообслуговування.

При запуску магазинів був проведений ретельний маркетинговий аналіз. Були вивчені всі можливі сценарії розвитку, визначені цільові групи споживачів, виділено їх основні потреби.

З березня 2001 року гастрономи "АТБ-Маркет" послідовно реорганізуються у дискаунтери, для магазинів мережі розробляється єдиний фірмовий стиль.

До грудня 2003 року в 12 містах України працюють вже 85 магазинів "АТБ-Маркет".

На даний момент, сьогодні мережа "АТБ-Маркет" представлена 385 магазинами, в 117 містах, та 15-ти областях України.

Компанія "АТБ-Маркет" позиціонується як національна мережа формату "економний супермаркет".

Основні напрямки діяльності ТОВ "АТБ-Маркет"

ТОВ "АТБ-Маркет" - українська мережа супермаркетів формату "дискаунтер". Предметом діяльності фірми, є роздрібна торгівельна мережа, продуктивних товарів живлення, товарів першої необхідності та непродовольчої групи товарів.

ТОВ "АТБ-Маркет" має свою мережу магазинів. Мережа "АТБ-Маркет" - це магазини самообслуговування, що торгують товарами повсякденного попиту за зниженими цінами. Мережа магазинів "АТБ-Маркет" розташовуються в спальних і віддалених районах міста.

За 16 років праці, дискаунтери "АТБ-Маркет" зарекомендували себе, як магазини, де можна купити якісний товар і при цьому економлячи сімейний бюджет.

ТОВ "АТБ-Маркет" позиціонує бренд своєї компанії, як недорогий магазин у будинку, націлений на обслуговування споживачів, що живуть у безпосередній близькості від магазину - це підтверджує їхній слоган - "Зручно й ощадливо".

Мережа "АТБ-Маркет" має основну групу споживачів товарів мережі, де можна охарактеризувати компанію, як представника середнього економічного класу, який дотримується європейських стандартів споживання, та прагне до цих стандартів.

ТОВ "АТБ-Маркет" називає свою торгову мережу - національною мережею продуктовими магазинами, основний сегмент - це покупці із середіми і нижче середнього достатка. В класичному дискаунтері, такому, як "АТБ-Маркет", ціни в середньому на 15-20% нижче, чим в супермаркетах великих форматів.

Провідним напрямом діяльності корпорації "АТБ " - є діяльність корпорації "АТБ ", які здійснюється в таких сферах бізнесу, як управління активами, роздрібна торгівля, виробництво і продаж продуктів харчування, надання послуг у сфері спорту і відпочинку.

"АТБ" є управління і розвиток найбільшої в Україні роздрібною торговою мережі. "АТБ-Маркет" входить до складу корпорації "АТБ". До складу корпорації входять також кондитерська фабрика м'ясна фабрика "Фаворит", спортивний комплекс "Схід", до компанії також належить мясокомбінат "Ювілейний", хлібозавод №8 в Дніпропетровську і Новомосковський завод мінеральних вод. Виробничий напрям діяльності Корпорації представлений кондитерською фабрикою "Квітень". Це великі підприємства з широко розвиненою мережею дистрибуції і високотехнологічною виробничою базою.

Корпорація "АТБ" займається розвитком перспективних проектів у сфері спорту, розваг і громадського харчування.

Компанія "АТБ-Маркет" сьогодні має найбільш великою за кількістю об'єктів роздрібною мережею в Україні.

Для забезпечення окремих напрямів комерційно-господарської діяльності компанії "АТБ-Маркет" створенні такі підрозділи (відділи, групи) як: комерційний, маркетинговий, економічний, фінансовий, розвитку мережі, кадрів, технічний та ін.

Комерційний підрозділ компанії "АТБ-Маркет" очолює комерційний директор. До складу цього підрозділу входять закупівельний, товарний відділ, внутрішній розподільний центр.

Закупівельний відділ компанії "АТБ-Маркет" проводить роботу з організації гуртових закупівель товарів від постачальників для забезпечення потреб усієї мережі компанії. Для цього він використовує дані товарних, а також інших відділів про потребу і рух товарів у розрізі окремих груп (підгруп) товарів, належних до асортименту компанії.

Розподільний центр головного центру компанії відає організацією товаропостачання в масштабах усієї торговельної організації, доставкою закуплених товарів до кожного локального магазину.

Маркетинговий підрозділ "АТБ-Маркет" складається з відділів вивчення кон'юнктури та реклами. Маркетинговий підрозділ займаються постійним аналізом і прогнозуванням конкурентної ситуації у даному сегменті ринку, а також проводять рекламні заходи для стимулювання збуту [17, с. 78].

Економічний підрозділ компанії "АТБ-Маркет" - це аналітичний та плановий відділ. Якщо аналітичний відділ займається збором і аналізом первинної інформації стосовно до конкретних цільових ринків включно з даними про частку на них даної торговельної компанії, то плановий спільно з маркетинговим, закупівельним та іншими підрозділами компанії "АТБ-Маркет" розробляє плани розвитку підприємства, як у цілому, так і окремих його підрозділів на перспективу.

До складу фінансового підрозділу компанії "АТБ-Маркет" входять відділи розрахунків і кредитів. Розрахунковий відділ відстежує правильність і своєчасність здійснення розрахунків з постачальниками відповідно до умов укладених договорів та проведених поставок.

Кредитний відділ обґрунтовує необхідність звернення за кредитом, організовує отримання його на найбільш вигідних умовах та стежить за своєчасністю повернення.

Підрозділ розвитку мережі "АТБ-Маркет" - це особлива структурна вертикаль даної компанії, що об'єднує відділ мережі головного центру, регіональних центрів і керівників пунктів продажу. Він розробляє політику функціонування й розвитку власної торговельної мережі компанії -- від архітектурно - планувального вирішення, дизайну і оформлення до забезпечення єдиного стандарту обслуговування.

Кадровий підрозділ "АТБ-Маркет" проводить добір, розстановку, переміщення, навчання кадрів та вирішення соціальних проблем персоналу.

Технічний підрозділ компанії. До компетенції торговельної компанії входить забезпечення загальних, технічних умов для нормальної роботи магазинів. З цією метою в його складі організовуються будівельно-ремонтний, технічний, загальний та інші відділи [22, с. 344].

Організаційна побудова регіональних центрів торговельної компанії практично повторює структуру головного центру за широтою функціональних напрямів, проте є вужчою за кількістю структурних елементів. Скажімо, функції відділів, а подекуди й цілих підрозділів у регіональних центрах компанії виконують окремі групи (сектори) зведених відділів або персональні менеджери-виконавці за напрямками.

Кількість найманих працівників комерційних, економічних та інших спеціальностей у кожному структурному підрозділі компанії, визначається колом та обсягом основних та допоміжних функціональних обов'язків.

Служба маркетингу компанії "АТБ-Маркет" - це та ланка в управлінні підприємством, яка спільно з виробничою, фінансовою, збутовою,

технологічною, кадровою та іншими видами діяльності утворює єдиний інтегрований процес, спрямований на задоволення запитів ринку й отримання на цій основі прибутку. Організаційна структура служби маркетингу "АТБ-Маркет" визначається специфікою діяльності підприємства, числом ринків, на яких воно функціонує, специфікою товарного портфеля, масштабами збуту, ресурсами, структурою управління підприємством. Схема організації відділу маркетингу інколи змінюється, це залежить від ознаки її побудови.

Кожен відділ має суттєво значення для успішного функціонування компанії "АТБ-Маркет".

За останні роки «АТБ» веде активну комерційну й маркетингову діяльність, були досягнуті наступні результати:

- впроваджена оновлена концепція для формату магазинів «у домівки»;
- створені нові розподільні центри;
- був відкритий 19000-й магазин;
- уведено в експлуатацію два розподільні центри: у Києві, а так само у Дніпрі. Логістичний комплекс у Дніпропетровській області став першим подібним об'єктом. Він став 37-м розподільним центром ритейлера;
- роздрібна мережа відкрила найбільший грибний комплекс по вирощуванню печериць, таким чином, компанія продовжує розбудовувати власне виробництво;
- автопарк «АТБу» поповнився 6000-м автомобілем MAN. За даними, на грудень 2019 року в ритейлера найбільший парк вантажних автомобілів даної марки в усьому світі;

Розробка власних торгових марок підприємства "АТБ-Маркет", безпосередньо кріпиться на стабільній роботі фінансового механізму підприємства, яке є рентабельним. Фінансовий стан підприємства "АТБ-Маркет" є наслідком взаємодії всіх елементів системи його фінансових відносин і визначається всією сукупністю виробничо-господарських

чинників. Проведений аналіз основних показників ТОВ "АТБ-Маркет" свідчить про стабільну роботу підприємства з позитивною динамікою росту - це говорить про рентабельність даного торгового підприємства. Рентабельність підприємства - це відносний показник ефективності роботи підприємства, в загальному вигляді обчислюється як відношення прибутку до витрат (ресурсів). Для розрахунку рентабельності даного підприємства застосовувались дані таблиці 1.1.

Таблиця 2.1

Основні показники діяльності підприємства "АТБ-Маркет"

Показники	Роки			Відхилення			
	2019	2020	2021	Абсолютне(+,-)		Відносне (%)	
				2020р. до 2019 р.	2021 р. до 2020 р.	2020 р. до 2019 р.	2021 р. до 2020 р.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис.грн.	370517	413495	414553	42978	1058	11,6	0,26
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис.грн.	770015	731882	696649	-38133	-35234	-4,95	-4,94
Адміністративні витрати, тис.грн.	14096813	11907964	8838410	-2188849	-3069554	-15,53	-25,78
Витрати на збут, тис.грн.	6052490	28842173	29922303	22789683	1080130	376,53	3,74
Повні витрати на виробництво і реалізацію продукцію, тис.грн.	53836	47810	71803	-6026	23997	-11,2	50,18
Прибуток від реалізації продукції, тис. грн.	15466	69150	161662	53684	92512	347,1	133,78
Чистий прибуток, тис.грн.	29785206	37559017	30998450	7773811	-6560567	26	-17,5
Витрати на 1 грн. чистого доходу, грн.	2,03	1,73	1,64	-0,3	-0,09	-14,78	-5,2
Рентабельність продукції, %	84,3	94,03	79,07	9,73	-14,07	11,5	-15,9

Рентабельність продажів, %	0,04	0,16	0,39	0,13	0,22	325	129,4
----------------------------	------	------	------	------	------	-----	-------

Проаналізувавши основні показники фінансово- господарчої діяльності ПАТ «АТБ», можна зробити висновок, що підприємство веде успішну комерційну діяльність. Виторг від продажу й кількість працівників ПАТ «АТБ» з 2019 року збільшилася на 11,6% і на 26,2% відповідно 2020 і 2021 рокам. Середньорічна вартість основних засобів незначно знизилася, це може бути пов'язане зі зниженням кількості й суми матеріальних і товарних залишків, а так само реалізації частини основних фондів або їх списанні. Середньорічна вартість дебіторської заборгованості зменшується, а значить зменшується приток коштів, отриманих ПАТ «АТБ» від покупців продукції.

Середньорічна вартість кредиторської заборгованості з 2020 року виросла на 3.74% що говорить про наявність відкладених зобов'язань компанії й ні як не свідчить про її нестабільність. Зниження собівартості продукції збільшилася з 2020 року на 50%, що вказує на спад продуктивності праці. Прибуток від продажу продукції зріс, що вказує на успішне ведення комерційної діяльності. Чистий прибуток з 2019 по 2020 рік збільшилася на 26%, а потім до 2020 року впав на 17.5%, у цілому бачимо, що динаміка збільшення чистого прибутку позитивна.

Фондовіддача з 2020 року по 2021 має позитивну динаміку й, у 2021 році на кожному гривню вкладених в основні засоби компанії інвестицій припадає 0.6 грн. виручки від реалізації. Рівень рентабельності підприємства з 2019 по 2020 рік незначно знизився, що вказує на невелике зниження прибутку. Рентабельність продажів збільшилась, що говорить про успішну реалізацію товарної продукції, але для підприємства роздрібною торгівлі необхідне підвищення даного коефіцієнта.

2.2 Аналіз господарської діяльності ТОВ "АТБ-Маркет"

Компанію засновано 1993 року, коли магазини фірми «Агротехбізнес» поклали початок становленню мережі дискаунтерів «АТБ». В 2000-х роках

мережа «АТБ» уперше в Україні впроваджує нову систему самообслуговування в форматі «дискаунтер». Дискаунтер — магазин з широким асортиментом товарів за оптовими цінами. У поєднанні зі зручним розташуванням і високою якістю продукції, даний формат максимально відповідає перевагам споживачів.

Мережа продуктових супермаркетів «АТБ-Маркет» входить до складу дніпровської корпорації АТБ. Підприємство корпорації «АТБ» — це об'єднання великих українських компаній, що здійснюють свою діяльність в таких сферах бізнесу, як управління активами, роздрібна торгівля, виробництво і продаж продуктів харчування, надання послуг в сфері спорту та відпочинку. До складу корпорації АТБ входять мережа супермаркетів «АТБмаркет», кондитерська фабрика «Квітень», м'ясна фабрика «Фаворит Плюс», спортивний комплекс «Схід».

ТОВ «АТБ-маркет» — підприємство корпорації «АТБ» — найбільша мережа України, на 2020 рік динаміка відкриття досягає 100 магазинів на рік.

За даними дослідницьких агентств, мережа є найбільшою роздрібною мережею в Україні і налічує понад 900 магазинів у 248 населених пунктах 22 областей України. Щодня тут роблять покупки понад 3 млн. українців. У 2019 році товарообіг мережі склав 80,2 млрд. грн [5].

Мережа увійшла до двадцятки найбільших платників податків країни (ставши в цьому списку єдиним представником роздрібної торгівлі), сума сплачених податків ТОВ «АТБ маркет» 2019 року склала 4,7 млрд грн [5].

Асортимент магазинів становить близько 4000 товарів, з яких 750 — товари власних торгових марок. Мережа відома продажем дешевих товарів.

- 1993 — відкрито 6 гастрономів фірми «Агротехбізнес» у Дніпрі.
- 2003 — мережа мережа налічує 85 магазинів в 12 містах.
- 2006 — 169 магазинів в 38 містах.
- 2009 — 340 магазинів у 102 містах.
- 2013 — 810 магазинів.

- 2014 — у зв'язку з початком тимчасової окупації Криму та частини Донецької й Луганської областей всі магазини мережі на окупованих територіях було закрито.

- 2018 — мережа налічувала більше 900 магазинів, 50 з яких мали оновлений дизайн.

- 2019 — мережа налічувала більше 1025 магазинів, 202 з яких мали оновлений дизайн.

Конкурентоспроможність роздрібних торговельних мереж базується на їхніх конкурентних перевагах, які визначаються як певні, притаманні тільки їм особливості, що дає змогу розширити цільову аудиторію. Для того щоб перевага приносила перемогу у боротьбі з конкурентами, вона повинна:

- 1) забезпечувати підприємству ринкове положення, вигідно відрізнити його від конкурентів;

- 2) бути націленою на специфічні запити клієнта, що дасть змогу принести користь цільовій групі споживачів;

- 3) спиратися на специфічні, оригінальні здатності та ресурси підприємства, які не піддаються імітації з боку конкурентів;

Зважаючи на передові позиції мережі «АТБмаркет» серед торговельних мереж України, для подальшого збереження конкурентних позицій та впровадження нових маркетингових стратегій ми пропонуємо проводити оцінку конкурентного середовища торговельно-роздрібної мережі за ступенем значущого впливу зовнішнього та внутрішнього середовища з прогнозом можливостей та урахуванням потенційних загроз.

Таблиця 1.2.

SWOT-аналіз «АТБ-Маркету»

Сильні сторони	Слабкі сторони
-----------------------	-----------------------

<ol style="list-style-type: none"> 1. Популярність торговельної марки на ринку 2. Можливість реалізації товарів за заниженими цінами 3. Зручне та вигідне розташування магазинів 4. Стабільний попит на товари першої необхідності 5. Диверсифікація постачальників 6. Наявність широкого асортименту товарів 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока сконцентрованість роздрібних торгових точок у великих містах 2. Швидка плинність кадрів 3. Нераціональність логістичного управління
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Покращення рівня конкурентоспроможності 2. Збільшення відсотка зайнятої частки ринку 3. Розширення асортиментної номенклатури включно з брендами, які ще не мали реалізації в цій мережі 4. Використання нестабільних коливань в економіці за рахунок проведення різних акцій з наголошенням на «низьких цінах» 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Активізація діяльності основних конкурентів 2. Поява на ринку нових торговельних підприємств 3. Зниження доходів у цільовій аудиторії 4. Внесення змін до правового закону

На основі вище названих факторів можна навести низку можливих конкурентних переваг підприємства.

1. Передусім це можливість розширення асортиментної номенклатури включно з брендами, які ще не мали реалізації в цій мережі, що приведе до збільшення прихильності потенційних споживачів, результатом чого буде збільшення частки на ринку.

2. За рахунок розширення торговельної мережі останніми роками поява на ринку торговельних підприємств не матиме значного впливу на діяльність «АТБ-Маркету».

3. У зв'язку з економічною ситуацією в країні спостерігається зниження доходів у цільовій аудиторії, тому можливість проведення

численних акцій під гаслом «низькі ціни» є ще однією конкурентною перевагою торговельної мережі.

4. У результаті посилення конкурентних позицій на ринку стане менш помітним негативний вплив зовнішніх факторів на діяльність роздрібної торговельної мережі з урахування внесених змін до Господарського Кодексу України щодо здійснення торговельної діяльності на території України.

2.3 Аналіз комплексу маркетингу ТОВ "АТБ-Маркет"

Відділ маркетингу "АТБ-Маркет" підпорядкований директору, який має вищу виконавчу владу, відповідає за розробку планів та стратегій маркетингу, здійснює поточне управління діяльністю компанії і координує роботу з маркетингу в масштабі всієї фірми.

Сьогодні маркетингова діяльність "АТБ-Маркет" включає в себе величезну кількість виконуваних функцій, таких як: проведення маркетингових досліджень, сегментацію ринку, вивчення споживачів, визначення позиції продуктів на ринку.

Відділ маркетингу на підприємстві "АТБ-Маркет" є самостійним структурним підрозділом і входить в управління маркетингом і збутом. У відділі маркетингу ведеться підготовка аналітичних матеріалів для прийняття маркетингових рішень, розробляється маркетинговий план підприємства.

План маркетингу "АТБ-Маркет" містить виявлені маркетингові можливості, визначений цільовий ринок, який надає ці можливості, формулює комплекс стратегій, направлений на цільовий ринок. Для інформування споживачів про параметри і властивості товарів, створення престижності підприємства і товарів, відповідні на запитання споживачів. "АТБ-Маркет" розробляє та впроваджує в життя комунікативну політику, яка включає рекламу, просування товару, пропаганду та персональний продаж.

Таким чином, маркетингова діяльність даного торгового підприємства - це основа комплексного вирішення своїх завдань - це пошук споживача, визначення власних можливостей, оцінка рівня конкурентоспроможності

підприємства на продукцію. Всі ці методи невід'ємна частина успішного функціонування підприємства. У компанії постійно і невідкладно проводяться дослідження, в першу чергу, компанії "АТБ-Маркет" в основі ринкової концепції управління маркетингом лежить орієнтація на покупця – в цілому – компанія орієнтується на потреби ринку, пристосовуючи для цього пропозицію товарів даним підприємством.

Завданням маркетингу на торговому підприємстві "АТБ-Маркет" стає не тільки орієнтація на продаж уже вироблених товарів, а й всебічне вивчення потреб і можливостей споживачів. Ці виявлені потреби стають вихідним пунктом усіх прийнятих на підприємстві рішень і дій.

Головна стратегічна мета "АТБ-Маркет" – це розширення ринку та отримання максимального прибутку в умовах постійно мінливих ринкової ситуації. Відповідальність за проведення ринкових досліджень цілком лягає на відділ маркетингу.

Типова організаційна структура відділу маркетингу включає такі служби:

- дослідження та аналізу ринку збуту;
- реклами і стимулювання збуту;
- конструювання продукції;
- планування ринку.

У довгострокових планах для підрозділів встановлюються завдання по всіх маркетинговими показниками: витрати на маркетинг, обсяг продажів, дохід, прибуток, ринкова частка і т.п.

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства і його конкурентів використовують як кількісні так і якісні показники. До основних кількісних показників, які необхідно проаналізувати на ТОВ "АТБ-Маркет" відносять:

- обсяг продажу;
- прибуток (балансовий і чистий);
- сума прибутку на 1 грн.;
- ринкова частка;

- чисельність працівників.
- проаналізуємо їх відповідно до досліджуваного підприємства.

Отже, конкурентоспроможність підприємства слід розуміти, як реальну та потенційну спроможність, а також наявні для цього можливості підприємства вивчати попит (ринок), та реалізовувати товари, які по своїм параметрам у комплексі більш привабливі для споживачів, ніж товари конкурентів.

Що стосується ринкової частки, то ТОВ "АТБ-Маркет" займає одне з провідних місць на ринку супермаркетів. Основними конкурентами за якісним показником "АТБ-Маркет" є: «МаркетОпт» та «Фуршет» (м.Лохвиця).

За даними соціопитування у м. Лохвиця "АТБ-Маркет" володіє найвищими оцінками по групах "загальні умови зручності", "персонал і розрахунок" і "асортимент". Негативні оцінки в "АТБ-Маркет" отримали такі параметри, як "спеціальні можливості для дітей і людей з порушенням рухливості, зір", "пакет і пакування", а також кількість непрацюючих кас.



Рис.1.1. Ринкова частка супермаркетів м. Лубни

Переваги супермаркетів "АТБ-Маркет":

- низькі ціни;

- широкий вибір товарів;
- гарантована якість продукції;
- висока якість обслуговування;
- зручне розміщення;
- завжди великий вибір свіжих продуктів.

ТОВ "АТБ-Маркет" - це найбільша національна мережа продуктових магазинів в Україні, яка має право називати себе лідером серед мережі продуктових супермаркетів.

Товарний асортимент мережі "АТБ-Маркет" оптимально підібраний для покупців з середньо і нижче середнього достатку на підставі споживчих переваг. Підприємство "АТБ-Маркет" співпрацює з відомими та потужними компаніями, займається закупівлею готової продукції, ґрунтуючись на попит споживачів. Товарний асортимент в мережі "АТБ" включає 3500 найменувань, чого цілком достатньо для щоденного споживання.

"АТБ" - це швидше дисконтний супермаркет, ніж дискаунтер. І існує кілька критеріїв, які відрізняють західну модель дискаунтера від вітчизняної версії, серед яких ширина асортименту відіграє не останню роль. Якщо в середньостатистичному західному дискаунтері асортиментний перелік не перевищує 1000 позицій, то в дискаунтері по-українськи - 3500 найменувань товарів. Необхідно відзначити, що дискаунтери "АТБ" починали працювати з 2500 позиціями, але в результаті вивчення купівельного попиту розширили асортимент до 3500, що було продиктовано специфікою українського ринку.

Одним із перспективних напрямів підвищення конкурентоспроможності торгової мережі "АТБ" є розробка власних торгових марок (Private Label). Основними перевагами торгових марок "АТБ" є:

- унікальність продукції, оскільки придбати її можливо лише у певній торговій мережі;
- підвищення вартості самої торгової мережі за рахунок додаткових брендів;

- відносно низька собівартість продукції власних торгових марок у порівнянні із продукцією відомих торгових брендів;
- здатність швидко реагувати на зміну попиту за рахунок того, що торгові марки виробляються саме торговими мережами, які ближчі до споживачів, ніж виробники продукції;

Компанія "АТБ-Маркет" - одна з перших роздрібних компаній України, що почала продаж продукції під власними торговими марками (ВТМ).

Перша продукція під маркою компанії з'явилася в магазинах мережі в 2004 році. Товари, що випускаються під власними торговими марками "АТБ-Маркет", представлені в більшості товарних категорій.

Приватні марки "АТБ-Маркет" створюються спеціально для покупців, полегшуючи вибір в кожній товарній категорії. Завдяки знанню своєї аудиторії, роздрібна мережа "АТБ" гнучкіше реагує на запити споживачів, забезпечуючи стабільну якість при низькій ціні.

Для виробництва товарів під власними торговими марками "АТБ-Маркет" вибрало передові українські та зарубіжні підприємства, лідерів виробництва у своїй галузі. За якістю ця продукція успішно конкурує з відомими торговими марками, але коштує набагато дешевше за відсутності витрат на рекламу і просування. На товари власної торгової марки "АТБ-Маркет" встановлюється більш низька ціна, ніж на аналогічні брендові товари. Різниця в ціні пояснюється відсутністю витрат на дистрибуцію, дорогу упаковку і просування товарів власної торгової марки (для просування товарів ВТМ використовуються тільки внутрішні рекламні інструменти). У мережі "АТБ-Маркет" товари від власної торгової марки стоять дешевше своїх прямих аналогів у середньому на 15-20%. Такі товари реалізуються в мережі "АТБ-Маркет" і виділяються значками і цінниками "Тільки в АТБ". Торгова мережа "АТБ-Маркет" гарантує якість товарів під власними торговими марками. Компанія "АТБ-Маркет" постійно контролює якість товарів, що випускаються ВТМ, залучаючи для цього, в тому числі, незалежні лабораторії. Створюючи приватні марки, компанія отримує

більший контроль над виробництвом, якістю товару, ціноутворенням і розподілом.

Коротка характеристика власних торгових марок, під якими реалізується продукція:

- Добрий кухар - це такі продукти, як майонези, соуси, соняшникова олія, вермішель швидкого приготування;
- Весела Ферма - це продукти кисломолочної продукції;
- Вигідна ціна - продукти кисломолочної продукції, сири, борошно, ковбасні вироби, консерви, морозиво і деякі товари промислової групи товару.
- Добросол - продукти консервації - такі як консервовані огірки, лечо, зелений горошок, квасоль;
- "Bon vie" - це продукти консервації - такі як консервовані гриби, кукурудза, ананаси, маслини, оливкова олія;
- Ситний ряд – це ковбасні вироби;
- Рибний день - це крабові палички, пресерви та консерви: шпроти в олії, сардини натуральні з додаванням олії, бички та кільки в томатному соусі;
- Про запас - це борошно, макаронні вироби, рис;
- Sladko – це кондитерські вироби, мюслі, горіховий коктейль;
- Pirate- це хрусткі сухарики та ароматні чіпси, сушена рибка і пікантні фісташки;
- Сладушки - це сушіння, вівсяне печиво і сухарі;
- Полярна казка - це морозиво ;
- Фігаро - це пельмені, вареники і равіолі;
- Rio - це побутова хімія;
- Sunny - це товари такі як мило, шампунь, вологі серветки, пакети для сміття та губки для миття посуду;
- Ніжна хвиля - це товари такі як рідке мило, шампунь-бальзам;
- Güte- це пивна продукція компанії ;

- Пивоварня № 1 - це також пивна продукція компанії;
- Секрети виноробства - це алкогольна продукція, така як - вино, шампанське;
- Indi - це чайна продукція ;
- Fantazia - це солодкі газовані напої;
- Мажорна - це солодкі газовані напої, квас;
- Старорусский квас - це продукція квасних напоїв;
- Cat&Go - це гігієнічна продукція для тварин;
- Seniorita - гігієнічна продукція - це ватяні палички, ватяні пластини;
- senoir - це соки та нектари;
- Добра марка - це мінеральна вода, а також кавова продукція.

Магазини компанії пропонують клієнтам 3500 позицій самих ходових продовольчих товарів за низькими цінами, а також предмети першої необхідності. Низькі ціни, якісний товар і сервіс - стандарт роздрібного бізнесу "АТБ"

Мережа магазинів "АТБ" забезпечує високу оборотність товару, дуже суворо підходить до відбору товару, вибирає найкращий товар в кожній групі і підгрупі. Щомісяця проводить аналіз оборотності товарів, який дозволяє виявити ходові позиції і аутсайдерів продажів, будучи підставою для коригування асортиментного переліку. При аналізі товарообігу враховуються зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на продаж кожної товарної позиції.

Розділ 3. Механізми державної підтримки розвитку підприємств в Україні: аналіз та оцінка

3.1 Існуючі програми та інструменти підтримки

Державні гранти для стартапів та малого та середнього бізнесу в Україні є важливою порятунком для підприємств, які шукають фінансової підтримки. Доступні різноманітні програми як з державних, так і з приватних джерел, а також з міжнародних організацій, усі вони спрямовані на сприяння розвитку малих і середніх підприємств (МСП). Ці гранти охоплюють широкий спектр секторів, включаючи економіку та підприємництво, розвиток сільського господарства, енергоефективність тощо. Наприклад, український уряд у співпраці з міжнародними партнерами регулярно оголошує нові програми підтримки та грантові конкурси, спрямовані саме на підтримку українських ініціатив та сприяння зростанню стартапів та МСП. Різноманітність і доступність цих грантів робить їх ключовим інструментом для бізнесу на різних етапах розвитку, надаючи не лише фінансову підтримку, але й можливості для спілкування, наставництва та розширення ринку.

Податкові пільги є основним механізмом для бізнесу, який інвестує в інновації в Україні. Ці стимули покликані стимулювати ріст підприємств шляхом зменшення фінансового тягаря, пов'язаного з інноваціями та науково-дослідною діяльністю. Міністерство економіки України, усвідомлюючи важливість інновацій для економічного зростання, запровадило різноманітні податкові пільги для підприємств, які здійснюють інноваційну діяльність. Такі стимули включають, але не обмежуються ними, відрахування податку на прибуток для інвестицій у дослідження та розробки, звільнення або зменшення податку на майно для об'єктів, призначених для інновацій, і звільнення від ПДВ для імпортованих технологій. Стратегічне використання податкових пільг не тільки заохочує бізнес інвестувати в нові технології та інноваційні процеси, але й узгоджується з глобальними

тенденціями, коли баланс між прямою фінансовою підтримкою та податковими відрахуваннями вважається ефективним для сприяння розвитку бізнесу [14,с.61].

Надання державними банками кредитів під низькі відсотки є наріжним каменем стратегії України щодо підтримки розширення бізнесу. Серед найвідоміших програм — ініціатива «5-7-9», розроблена, щоб запропонувати доступне фінансування підприємствам, які прагнуть розвивати свою діяльність. Ця програма, названа через варіанти відсоткової ставки, сприяє видачі позик на придбання основних засобів і на розширення, при цьому держава надає «КУБ» як супутню підтримку. Фінансові установи, включно з RWS bank, пропонують низку фінансових послуг у рамках цієї ініціативи, що робить бізнес більш доступним для отримання необхідних коштів для розвитку. Ефективність програми «5-7-9», особливо у складні часи, такі як воєнний час, була темою обговорення, підкреслюючи її значення як інструменту економічної стійкості та підтримки бізнесу в Україні.

Програми професійного навчання, що фінансуються державою, відіграють вирішальну роль у зміцненні робочої сили в ключових галузях промисловості в Україні. Ці програми спеціально розроблені для задоволення потреб малих і середніх підприємств (МСП), які визначаються як компанії, в яких працює від 10 до 250 осіб. Головною метою цих навчальних ініціатив є реалізація державної політики, яка захищає та підтримує підприємництво, зосереджуючись переважно на приватному секторі. Оснащуючи співробітників необхідними навичками та знаннями, ці програми спрямовані на підвищення продуктивності та конкурентоспроможності в ключових галузях. Це не тільки сприяє економічному розвитку країни, але й забезпечує соціальну стабільність, підтримуючи основні стовпи економіки.

Практикуми та семінари з розвитку підприємництва стали життєво важливими інструментами для розвитку культури інновацій та ділової хватки в Україні. Ці освітні заходи, такі як «Семінар-практикум з МСФЗ», пропонують як онлайн, так і офлайн можливості навчання в таких містах, як

Київ. За допомогою цих платформ поточні та майбутні підприємці отримують безцінне розуміння важливих бізнес-практик, фінансового менеджменту та стратегічного планування. Практикуми та семінари є частиною ширшої стратегії підтримки МСП у складні часи, такі як воєнний час, шляхом надання вказівок та інструментів для розвитку бізнесу. Такий підхід не тільки сприяє негайному відновленню та безперервності бізнесу, але й готує українських підприємців до майбутніх викликів і можливостей.

Партнерство з університетами для науково-дослідних та дослідницьких проектів (R&D) є ще одним важливим напрямком, за допомогою якого держава підтримує розвиток підприємництва в Україні. Цій співпраці сприяють меморандуми про взаєморозуміння, такі як між Міністерством економіки України та Всесвітньою організацією інтелектуальної власності. Ці партнерства спрямовані на вирішення виробничих і технологічних проблем, з якими стикаються підприємства, особливо в аграрному секторі, шляхом прикладних досліджень і розробок. Використовуючи досвід і ресурси академічних установ, підприємства можуть впроваджувати інновації та вдосконалювати свої процеси, тим самим підвищуючи свою конкурентоспроможність як на місцевому, так і на міжнародному рівнях. Британська Рада в Україні, наприклад, реалізує програми підтримки інтеграції України у світову економіку, зокрема проекти у сфері досліджень розвитку. Ця стратегічна співпраця між державою, навчальними закладами та бізнесом створює сприятливе середовище для зростання та розвитку підприємств у різних секторах [2,с.341].

Страховання експортних кредитів, яке забезпечує держава, відіграє вирішальну роль у зниженні ризиків, пов'язаних з міжнародною торгівлею українських підприємств. Цей фінансовий інструмент призначений для захисту експортерів від потенційних неплатежів з боку іноземних покупців, тим самим заохочуючи підприємства до впевненого вивчення та розширення нових ринків. Наявність страхування експортних кредитів підтверджує прагнення уряду сприяти створенню сприятливого середовища для

інтернаціоналізації місцевих підприємств. Пропонуючи такий вид страхування, держава не лише сприяє забезпеченню фінансових інтересів експортерів, а й сприяє загальному зростанню національної економіки шляхом підвищення експортної конкурентоспроможності українських товарів і послуг на світовій арені.

Допомога в пошуку міжнародних партнерів та розробці стратегії виходу на ринок є ще одним ключовим аспектом державної підтримки українських підприємств, які прагнуть глобалізувати свою діяльність. Такі ініціативи, як ГО «Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності» та його проект «Майбутнє роботи», є прикладом спільних зусиль уряду та неурядових організацій, спрямованих на надання комплексної підтримки у визначенні потенційних ділових партнерів та орієнтуванні в складних умовах міжнародних ринків. Ці програми часто включають наставництво, можливості для налагодження контактів і стратегічні консультації, що гарантує, що підприємства добре оснащені для встановлення стійких міжнародних партнерств і ефективного проникнення на нові ринки. Така підтримка сприяє не лише розширенню глобального сліду українських підприємств, а й підвищенню їхньої конкурентоспроможності та інноваційної спроможності на світовій арені.

Участь у міжнародних ярмарках за державної підтримки є значною можливістю для українських підприємств продемонструвати свою продукцію та послуги світовій аудиторії. Участь уряду в сприянні присутності місцевого бізнесу на цих заходах підкреслює стратегічну важливість просування експорту та інтернаціоналізації в рамках ширшої програми економічного розвитку. Пропонуючи фінансову допомогу, матеріально-технічну підтримку та керівництво у підготовці до цих ярмарків, держава дозволяє компаніям максимізувати свою видимість, взаємодіяти з потенційними покупцями та налагоджувати цінні міжнародні зв'язки. Такі ініціативи мають вирішальне значення для малих і середніх підприємств (МСП), яким інакше може бракувати ресурсів для доступу до цих цінних платформ для виходу на

глобальний ринок. Такий підхід не лише підвищує міжнародну конкурентоспроможність українського бізнесу, а й сприяє диверсифікації та зростанню національної економіки [19,с.68].

В Україні наголос на фінансуванні науково-дослідної діяльності (НДДКР) у сфері передових технологій є чітким свідченням прагнення держави сприяти інноваціям в економічному ландшафті. Ця підтримка є особливо важливою для малих і середніх підприємств (МСП), які вважаються опорою економічного розвитку та соціальної стабільності країни. Стратегічна важливість цих підприємств підкреслюється цільовими фінансовими асигнуваннями, спрямованими на заохочення розвідки та впровадження інноваційних рішень у різних секторах, включаючи життєво важливу нафтогазову промисловість. Направляючи кошти на дослідження та розробки в таких сферах, як відновлювані джерела енергії, біотехнології та інформаційні технології, уряд прагне вирішити глобальні проблеми, включаючи виснаження ресурсів і зростаючий попит на продукти харчування та ліки. Такий підхід не тільки плекає культуру інновацій, але й забезпечує довгострокову стійкість і конкурентоспроможність українських підприємств на світовій арені.

Український уряд визнає важливість розвитку бізнесу на ранніх стадіях, що проявляється через створення інкубаторів і програм акселераторів, розроблених спеціально для технологічних стартапів. Ці програми є частиною ширшої інноваційної інфраструктури, яка включає бізнес-акселератори, промислові кластери та бізнес-інкубатори, спрямовані на створення сприятливого середовища для розвитку стартапів. Пропонуючи наставництво, фінансову підтримку та можливості для спілкування, ці ініціативи допомагають стартапам пройти складні ранні етапи розвитку бізнесу. Важливість таких механізмів підтримки підкреслюється їхньою роллю у прискоренні росту стартапів, тим самим сприяючи динамічній та інноваційній екосистемі сучасного бізнесу. Крім того, різноманітні моделі взаємодії між корпораціями та стартапами, зокрема хакатони, венчурні

фонди та стартап-студії, підкреслюють багатогранність підходу до підтримки підприємництва в Україні.

Допомога в реєстрації та захист інтелектуальної власності (ІВ) має першорядне значення для процвітання інновацій в Україні. Визнаючи це, держава запровадила програми для полегшення процесу реєстрації ІВ, тим самим захищаючи винаходи та творіння підприємців. Ця ініціатива є частиною ширшої стратегії, спрямованої на сприяння підприємству, зокрема в приватному секторі, та забезпечення безпеки економічної діяльності. Підтримка виходить за межі простої реєстрації та охоплює захист прав інтелектуальної власності, тим самим сприяючи створенню безпечного середовища для інновацій і творчості. За допомогою цих заходів уряд демонструє свою відданість розвитку екосистеми, де підприємці можуть процвітати, впроваджувати інновації та робити внесок у стратегію сталого розвитку країни. Цей цілісний підхід до допомоги у сфері інтелектуальної власності підкреслює визнання інтелектуальної власності як критично важливого активу для підприємств, особливо тих, які працюють у високотехнологічних і творчих галузях [27,с.6].

Державні інвестиції в індустріальні парки та зони в Україні стали наріжним каменем економічного розвитку країни та модернізації промисловості. Зобов'язання уряду сприяти створенню середовища, сприятливого для промислового зростання, є очевидним у законодавчій базі, що підтримує розвиток індустріальних парків. Цей закон визначає вимоги до створення, управління та функціонування індустріальних парків, забезпечуючи структурований підхід до промислового розвитку. Крім того, реалізація Стратегії розвитку індустріальних парків має значно посилити цю основу. Ця стратегія спрямована не лише на створення промислових зон, а й на забезпечення їх сталого розвитку шляхом продуманої політики. Очікується, що ці зусилля принесуть значні економічні вигоди, включаючи створення робочих місць, причому розрахунки показують, що кожен гектар індустріального парку може сприяти створенню 50 нових робочих місць, а

також залучення державних інвестицій в інфраструктуру для максимального економічного ефекту.

Покращення логістики та ланцюгів постачання є ключовими для зростання та конкурентоспроможності бізнесу в Україні. Логістика, визнана життєво важливим науково-практичним напрямком економічного розвитку, відіграє вирішальну роль у євроінтеграційному процесі країни. Розвиток стратегічного планування, конфігурації, оптимізації та моделювання на різних рівнях ланцюгів постачання має важливе значення для процвітання бізнесу в сучасному невизначеному економічному кліматі. Крім того, прийняття стратегічних бізнес-моделей, таких як замкнуте управління ланцюгом поставок, стає все більш важливим у контексті циркулярної економіки, пропонуючи шляхи для сталої ділової практики та економічного зростання. Для підвищення ефективності та надійності ланцюгів поставок, що гарантує, що підприємства можуть ефективно задовольняти вимоги своїх ринків, розробляється комплексна програма руху продукції через мережу постачання від виробничих підприємств до роздрібної торгівлі та кінцевих споживачів.

Доступ до доступних офісних і виробничих приміщень є критично важливим для стійкості та зростання малих і середніх підприємств (МСП), які вважаються основою економіки та соціальної стабільності України. Для вирішення сучасних викликів підприємствам та сприяння їх пошуку фінансування започатковано державні програми підтримки підприємництва, зокрема кредитні та грантові програми. Зокрема, за період воєнного стану український уряд підписав 43 481 кредитну угоду, що свідчить про значну прихильність фінансової підтримки бізнесу. Для переміщених підприємств першочерговим завданням залишається пошук відповідних виробничих, складських приміщень, житла для працівників, що підкреслює необхідність комплексної державної підтримки в цих сферах. Державна кредитна програма «5-7-9% доступних кредитів», ініційована Президентом та Прем'єр-міністром України, є прикладом проактивного підходу уряду до допомоги

бізнесу через вигідні умови кредитування, сприяючи тим самим економічній стійкості та розвитку [41,с.16].

Український уряд зробив значні кроки для спрощення процесів реєстрації та ліцензування бізнесу, полегшивши підприємцям відкриття та ведення бізнесу. Одним із ключових заходів є спрощення процедур, яке покликане зменшити бюрократичне навантаження на бізнес та стимулювати економічну активність. Ця ініціатива узгоджується з більш широкою метою підвищення економічної стабільності та зростання країни шляхом сприяння сприятливішому бізнес-середовищу. Спрощення цих процесів має вирішальне значення, особливо для малих і середніх підприємств (МСП), оскільки це безпосередньо впливає на їх здатність запускати та розширювати свою діяльність з меншими перешкодами. Переваги цього підходу багатогранні, зокрема:

- зменшення часу та ресурсів, витрачених на адміністративні процедури;
- підвищена доступність для нових підприємців для виходу на ринок;
- підвищення конкурентоспроможності українського бізнесу в глобальному масштабі.

Ці зусилля є частиною комплексної стратегії підтримки розвитку підприємств в Україні, що відображає відданість уряду економічним реформам і підтримці підприємництва.

Окрім спрощення реєстрації та ліцензування, український уряд надає юридичні консультації, щоб допомогти підприємствам дотримуватися як місцевих, так і міжнародних норм. Ця ініціатива має життєво важливе значення для забезпечення того, щоб підприємства діяли в межах законодавчої бази, мінімізуючи ризик недотримання вимог і сприяючи плавному виходу на міжнародні ринки. Наявність юридичних консультаційних послуг є особливо корисною для малих і середніх підприємств, які можуть не мати ресурсів, щоб самостійно орієнтуватися в складному правовому ландшафті. Ці послуги охоплюють широкий спектр

юридичних питань, у тому числі податкове законодавство, трудове законодавство та правила міжнародної торгівлі, що дозволяє підприємствам:

- розуміти та дотримуватися відповідних правових вимог;
- уникати юридичних пасток, які можуть призвести до дорогих штрафів або суперечок;
- скористатися юридичними консультаціями для підтримки розвитку бізнесу та виходу на міжнародний рівень.

Надаючи ці послуги, уряд прагне створити більш сприятливе середовище для розвитку бізнесу, підкреслюючи важливість дотримання законодавства та прийняття обґрунтованих рішень для успіху підприємств.

Крім того, український уряд визнає важливість ефективного вирішення ділових суперечок для підтримки стабільного та привабливого ділового середовища. З цією метою були створені послуги посередництва та арбітражу як альтернативні механізми вирішення спорів (ADR). Ці послуги пропонують швидший, менш конфронтаційний і часто більш економічний спосіб вирішення суперечок порівняно з традиційним судовим розглядом.

3.2 Ефективність та проблеми використання механізмів державної підтримки

Програми фінансової підтримки в Україні є наріжним каменем для сприяння розвитку малого та середнього бізнесу (МСП). Націлені на створення сприятливого середовища для розвитку бізнесу, ці програми побудовані навколо надання грантів, позик і субсидій, адаптованих до потреб підприємств, що розвиваються. Для подальшого підвищення їх ефективності український уряд розпочав процес реформ, зосередившись на зміні чинного законодавства. Йдеться про запропоновані зміни до Закону України «Про розвиток і державну підтримку малого і середнього підприємництва», які покликані упорядкувати механізми фінансової підтримки та зробити їх доступнішими для підприємців. Успіх цих програм фінансової підтримки має вирішальне значення для економічного ландшафту в Україні, оскільки вони

спрямовані на створення конкурентоспроможного сектору, який може зробити значний внесок у національну економіку.

Податкові пільги та пільги відіграють ключову роль у стратегічній основі державної підтримки підприємств в Україні. Уряд визнає подвійну користь податкових пільг: стимулювання розвитку малого бізнесу при одночасному збільшенні податкових надходжень. Цей підхід є частиною ширшої мети переглянути систему оподаткування, щоб зробити її більш сприятливою для стимулювання та зростання бізнесу. Акцент робиться на створенні більш ефективного податкового механізму, який не лише підтримує прагнення підприємців, а й узгоджується з економічними цілями держави. Зменшуючи податковий тягар на МСП, Україна прагне створити середовище, у якому бізнес може процвітати, впроваджувати інновації та сприяти ширшому економічному процвітанню країни.

Податкові пільги та звільнення від сплати податків відіграють ключову роль у сприянні розвитку та сталості стартапів та малих і середніх підприємств (МСП) в Україні. Реформаційний підхід уряду спрямований на створення сприятливого середовища для цих суб'єктів господарювання, визнаючи їхній значний внесок в економіку та визнаючи виклики, з якими вони стикаються, особливо після економічних зривів після 24 лютого 2022 року. Стратегічне впровадження податкових пільг покликане не лише полегшити фінансовий тягар, але й стимулювати інвестиції, інновації та розширення серед МСП [69,с.216].

Прагнучи стимулювати інновації та технологічний прогрес в українському секторі підприємств, уряд запровадив низку грантових програм. Ці ініціативи ґрунтуються на законодавчій та економічній базі, встановленій останнім законодавством, яке розмежовує підтримку та розвиток інноваційної діяльності та національної інноваційної системи. Зосередженість на інноваціях є особливо критичною з огляду на поточний стан промислового сектора в Україні, який представляє як виклики, так і можливості для формування інноваційних кластерів.

Для подальшої підтримки зростання та модернізації бізнесу український уряд надав кредитні лінії під низькі відсотки. Цей фінансовий механізм є частиною ширшої постанови уряду щодо вдосконалення державної підтримки великих інвестиційних проектів. Пропонуючи більш доступні варіанти фінансування, держава прагне заохотити розширення підприємства та модернізацію операційних можливостей.

Регуляторна підтримка та спрощення ведення бізнесу є важливими складовими української стратегії сприяння розвитку підприємств. Усвідомлюючи проблеми, пов'язані з бюрократичними процедурами та складними правилами, уряд зосереджується на створенні більш сприятливого середовища для бізнесу. Це передбачає оптимізацію адміністративних процесів і зменшення бюрократії, що дозволяє підприємствам більше зосереджуватися на своєму зростанні, а не на доланні регуляторних перешкод. Ініціатива є частиною ширших зусиль з модернізації бізнес-ландшафту в Україні, щоб зробити його більш привабливим як для вітчизняних, так і для міжнародних інвесторів. Усунувши бар'єри для входу та діяльності, Україна прагне створити динамічний та конкурентоспроможний ринок, який підтримує амбіції малих та середніх підприємств.

Доступ до фінансування суттєво впливає на ліквідність і загальний успіх малих і середніх підприємств (МСП) в Україні. Механізми державної підтримки, покликані сприяти розвитку цих видів бізнесу, спрямовані на полегшення доступу до фінансових ресурсів. За допомогою різноманітних програм та ініціатив, таких як гранти, позики на вигідних умовах та фінансові гарантії, уряд прагне покращити фінансову стабільність та потенціал зростання МСП. Ці заходи мають вирішальне значення в країні, де фінансові перешкоди часто заважають розвитку малого бізнесу. Зокрема, державна політика була спрямована на підвищення фінансової стійкості суб'єктів господарювання, особливо в складних умовах фінансово-економічної кризи. Такий підхід не тільки допомагає негайно покращити

ліквідність, але й заохочує довгострокові інвестиції в зростання та розширення. Однак ефективність цих заходів суттєво залежить від реалізації та реальної доступності підтримки бізнесу на різних рівнях [71,с.975].

Заохочення підприємництва та виховання культури стартапів є ключовими аспектами державної підтримки МСП в Україні. Ініціативи, спрямовані на розвиток підприємницьких навичок, надання послуг з розвитку бізнесу та полегшення доступу до ринків, є центральними для цих зусиль. Освітні програми, менторство та нетворкінг – це приклади того, як держава прагне розвивати підприємницьке мислення українців. Ця підтримка має вирішальне значення для стимулювання інновацій та конкурентоспроможності в національній економіці. На думку Верховної Ради України, сприяння підприємству та реалізація виваженої державної політики є важливими для відновлення економіки та сталого розвитку. Така політика не тільки допомагає створити динамічну екосистему для стартапів, але й гарантує, що підприємці мають необхідні ресурси та знання для процвітання. Наголошуючи на важливості підприємницької ініціативи, уряд прагне прокласти шлях до більш стійкої та динамічної економіки.

Проте МСП в Україні стикаються зі значними труднощами щодо виконання критеріїв державної підтримки, що може перешкоджати їхньому розвитку та доступу до необхідних ресурсів. Ці виклики включають складні бюрократичні процедури, суворі критерії прийнятності та відсутність прозорості в процесі відбору. Такі перешкоди можуть відштовхувати власників малого бізнесу від звернення до держави за допомогою, тим самим обмежуючи ефективність програм державної підтримки. Недосконалість механізмів надання фінансової підтримки, особливо таких галузей, як сільське господарство, відображає ширші проблеми в адмініструванні державної допомоги.

Крім того, низький рівень підтримки високотехнологічних підприємств та відсутність стимулів для інноваційної діяльності свідчить про необхідність більш тонкого та гнучкого підходу до державної підтримки. Вирішення цих

проблем потребує узгоджених зусиль для оптимізації процесів, підвищення інклюзивності критеріїв та покращення загальної доступності державної підтримки МСП [62].

В Україні фінансування науково-дослідних та дослідницьких проектів (НДДКР) є ключовим аспектом державної підтримки розвитку підприємництва, зокрема у сприянні інноваціям і технологічному зростанню. Роль уряду в організації фінансування науково-дослідної діяльності є ключовою, оскільки вона безпосередньо впливає на інноваційний розвиток країни та її конкурентоспроможність на світовому ринку. Для підвищення ефективності такої підтримки надано рекомендації щодо вдосконалення державної політики, спрямованої на активізацію інноваційної діяльності на підприємствах. Це передбачає не лише надання фінансових ресурсів, а й забезпечення того, щоб ці ресурси були доступними та ефективно розподілялися на проекти з високим потенціалом для технологічного прогресу та інновацій. Вагомим кроком на шляху досягнення цієї мети є формування у співпраці з органами державної влади та фінансовими установами механізмів розширення використання гарантійних механізмів для залучення боргового та акціонерного фінансування для НДДКР.

Підтримка технологічних стартапів через інкубатори та акселератори є ще одним важливим виміром державної підтримки в Україні, спрямованої на розвиток інновацій та технологічного прогресу. Створення бізнес-акселераторів заохочується для підтримки не лише нових технологічних стартапів, а й традиційних бізнесів, які складають основу економіки України. Ці інкубатори та акселератори надають основні послуги, такі як наставництво, робочий простір, доступ до мереж і фінансування, які є життєво важливими для зростання та стабільності стартапів. Однак ефективності цих структур підтримки часто заважають такі перешкоди, як відсутність національних програм, інфраструктури підтримки та стимулів для бізнесу використовувати цифрові технології. Усунення цих бар'єрів має першочергове значення для створення сприятливого середовища для

процвітання технологічних стартапів і значного внеску в технологічний прогрес країни.

Незважаючи на ці зусилля, питання узгодження державної підтримки з потребами ринку становлять значний виклик для розвитку підприємств в Україні. Однією з ключових проблем є неефективна реалізація державної стратегії інноваційного розвитку, яка значною мірою зумовлена неузгодженістю механізмів державної підтримки з реальними потребами ринку. Ця неузгодженість призводить до неефективного використання ресурсів і втрачених можливостей для стимулювання інновацій і технологічного зростання. Крім того, механізм державної підтримки малого бізнесу, хоч і спрямований на сприяння розвитку, стикається з проблемами та перешкодами, які гальмують прогрес. До них відносяться бюрократичні перепони, обмежений доступ до фінансування та відсутність адресної підтримки інновацій. Щоб подолати ці виклики, потрібен більш комплексний підхід, який би гарантував, що механізми державної підтримки реагують на вимоги ринку та здатні стимулювати значущі інновації та технологічний прогрес у секторі підприємств [52,с.81].

Схеми експортного кредитування та страхування відіграють вирішальну роль у зміцненні експортних можливостей українських підприємств. Ці схеми створені для пом'якшення фінансових ризиків, пов'язаних з експортом товарів і послуг, тим самим заохочуючи підприємства досліджувати та виходити на нові міжнародні ринки. Зокрема, вони забезпечують систему безпеки, покриваючи збитки, які можуть виникнути через несплату іноземними покупцями або через політичні потрясіння в країні покупця.

Ще одним важливим аспектом державної підтримки українських підприємств є сприяння виходу на нові ринки та сприяння торгівлі. Уряд надає низку послуг, спрямованих на те, щоб допомогти підприємствам орієнтуватися в складнощах міжнародної торгівлі. Спрощуючи вихід на нові ринки, держава допомагає підприємствам розширювати клієнтську базу,

збільшувати обсяг продажів і, зрештою, сприяти розвитку національної економіки. Це відповідає державній політиці щодо підвищення якості життя шляхом створення можливостей для вільного розвитку та забезпечення прав і свобод громадян.

Однак ефективність механізмів державної підтримки розвитку підприємництва в Україні не позбавлена обмежень, зокрема через геополітичну напругу та міжнародні санкції. Конфлікт, що триває, і запровадження санкцій створили складне середовище для українського бізнесу, що вплинуло на його здатність вести міжнародну торгівлю.

Одним із найсуттєвіших впливів механізмів державної підтримки в Україні стало створення нових робочих місць та помітне зниження рівня безробіття. Ключовими в цьому плані стали такі ініціативи, як проект «eRobot», який у квітні 2023 року запровадив грантову програму для створення чи розвитку власного бізнесу. Це узгоджується з ширшими цілями політики державної підтримки, які включають створення умов для збільшення кількості нових робочих місць та зниження рівня безробіття. Зосередження уваги на цих сферах привело до кількох позитивних результатів, зокрема [42]:

- Наявність більшої кількості робочих місць, що сприяє зниженню рівня безробіття. –

Збільшення прибутків для новостворених або підтриманих підприємств.

- Зростання доходів у регіонах, які отримують користь від цих ініціатив.

Ці зусилля підкреслюють прагнення уряду не лише підвищити зайнятість, але й підвищити загальний економічний добробут громадян.

Розвиток інфраструктури в слаборозвинутих регіонах України є свідченням цілеспрямованих зусиль уряду щодо забезпечення збалансованого регіонального розвитку. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки, схвалена за ідентифікатором 695-2020-р,

закладає міцну основу для цих починань, визначаючи пріоритетом стимулювання малого підприємництва в пріоритетних галузях і територіях.

Незважаючи на зусилля уряду щодо підтримки розвитку підприємств по всій Україні, диспропорції у розподілі підтримки між регіонами виявилися серйозною проблемою. Ефективність різних механізмів фінансування для підтримки реалізації державної політики регіонального розвитку значно відрізняється, що підкреслює необхідність більш справедливого розподілу ресурсів.

Неефективність та бюрократизм розподілу коштів в Україні стали суттєвими бар'єрами на шляху ефективності механізмів державної підтримки розвитку підприємництва. Незважаючи на зусилля уряду допомогти економіці за допомогою різних програм, фактичний процес розподілу коштів часто загруз у бюрократизмі та процедурних затримках. Ця неефективність не тільки перешкоджає своєчасному виділенню необхідних ресурсів, але й ускладнює процес подання заявок для підприємств, які шукають підтримки. Бюрократичні перешкоди можна пояснити відсутністю спрощених процесів і чітких інструкцій щодо розподілу коштів, що призводить до тривалих періодів очікування та збільшення витрат для бізнесу. Крім того, ці перешкоди відлякують нові підприємства від пошуку державної підтримки, що зрештою впливає на загальне зростання та інновації в українській економіці [24,с.99].

Ризик корупції та фаворитизму при розподілі коштів державної підтримки в Україні є фундаментальним викликом для досягнення справедливого та ефективного розвитку підприємств. Корупція, глибоко вкорінена на різних рівнях державного сектору, спотворює розподіл ресурсів між суб'єктами, які не обов'язково сприяють сталому економічному зростанню, але мають правильні зв'язки або пропонують хабарі. Така практика не лише підриває принципи справедливості та меритократії, але й пригнічує конкуренцію, віддаючи перевагу певним підприємствам перед іншими за критеріями, не пов'язаними з їхнім потенціалом чи

продуктивністю. Поширеність фаворитизму ще більше погіршує ситуацію, дозволяючи особистій чи політичній приналежності впливати на процеси прийняття рішень. Така практика стримує іноземні інвестиції та підриває довіру суспільства до урядових ініціатив, спрямованих на економічний розвиток.

Покладення на державну підтримку сталого розвитку підприємств в Україні викликає занепокоєння щодо довгострокової життєздатності таких підприємств. Хоча механізми державної підтримки є вирішальними для початкових етапів розвитку підприємництва, особливо в секторах, які є стратегічними або зароджуються, існує висока залежність малих і середніх підприємств від цієї підтримки. Ця залежність створює порочне коло, коли підприємства не можуть вистояти самостійно без постійної державної допомоги, що призводить до відсутності самодостатності та стійкості до змін ринку. Ситуація ускладнюється відсутністю стимулів для бізнесу впроваджувати інновації та покращувати свою конкурентоспроможність. Як наслідок, економіка стикається з ризиком стагнації з підприємствами, які не повністю здатні адаптуватися до нових викликів або скористатися можливостями без втручання держави.

3.3 Використання інноваційних технологій та підходів

Інтеграція Інтернету речей (IoT) в українські підприємства знаменує собою значний крок до ефективності роботи, докорінно змінюючи традиційні бізнес-операції. Технологія IoT забезпечує безперебійне підключення різних пристроїв і систем всередині організації, дозволяючи збирати, аналізувати та керувати даними в реальному часі. Цей взаємозв'язок сприяє покращенню процесу прийняття рішень, кращому використанню активів і більшій операційній гнучкості. Для українського бізнесу використання IoT означає не лише збереження конкурентоспроможності на світовому ринку, але й досягнення суттєвого скорочення витрат та підвищення ефективності. Однак впровадження IoT в Україні стикається з проблемами, зокрема відсутністю

комплексних національних програм та інфраструктур підтримки, спрямованих на сприяння цифровій трансформації в бізнес-секторі. Незважаючи на ці перешкоди, потенційні переваги IoT для ефективності роботи українських підприємств незаперечні, що свідчить про нагальну потребу в цільовій державній підтримці та стимулах для прискорення цифрової інтеграції [25,с.81].

Впровадження технологій штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання на українських підприємствах революціонізує процеси прийняття рішень. Ці технології пропонують безпрецедентні можливості для аналізу величезних масивів даних, виявлення закономірностей і прогнозування результатів, що сприяє прийняттю більш обґрунтованих і стратегічних рішень. Штучний інтелект і машинне навчання не тільки підвищують точність і ефективність бізнес-рішень, але й дозволяють підприємствам швидко й ефективно адаптуватися до змін ринку. Актуальність штучного інтелекту в трансформації різних секторів економіки, включаючи ринок праці та державні інституції, все більше визнається. Однак розвитку та впровадженню штучного інтелекту в Україні заважає кілька проблем, таких як відсутність державних програм і стимулів для розвитку та інтеграції технології ШІ. Вирішення цих викликів шляхом відповідної державної підтримки та розвитку інфраструктури має вирішальне значення для розкриття повного потенціалу штучного інтелекту та машинного навчання для покращення процесу прийняття рішень на українських підприємствах.

Технологія блокчейн стає критично важливим інструментом для забезпечення безпечних транзакцій на українських підприємствах. Створюючи децентралізовану та незмінну книгу для запису транзакцій, технологія блокчейн забезпечує підвищений рівень безпеки та прозорості, що особливо корисно для фінансових транзакцій та управління конфіденційними даними. До переваг блокчейну можна віднести створення захищених корпоративних додатків, які можуть значно зменшити шахрайство та підвищити довіру між діловими партнерами. Незважаючи на потенціал,

впровадження технології блокчейн в Україні стикається з перешкодами, зокрема відсутністю цільових національних програм та бізнес-стимулів для її використання. Подолання цих бар'єрів має важливе значення для українських підприємств, щоб повною мірою використовувати технологію блокчейн для безпечних транзакцій, сприяючи таким чином більш надійному та ефективнішому бізнес-середовищу.

Український уряд визнав критичну роль фінансових стимулів у сприянні технологічній модернізації підприємств. Враховуючи зростаючу інтелектуалізацію економіки, існує нагальна потреба в інноваційному оновленні в усіх секторах, включаючи сільськогосподарську сферу. Держава почала досліджувати різні типи механізмів фінансової підтримки з урахуванням унікальних потреб підприємств, які здійснюють інноваційну діяльність. Цей підхід підкреслює терміновість вирішення проблеми відсутності національних програм та інфраструктури підтримки, які раніше були визначені як суттєві перешкоди для впровадження цифрових технологій. Надаючи цільові фінансові стимули, Україна прагне каталізувати впровадження передових технологій, тим самим підвищуючи конкурентоспроможність своїх підприємств на світовій арені. Основні аспекти фінансових стимулів включають:

- Податкові пільги для інвестицій у передові технології.
- Гранти та субсидії на проекти досліджень і розробок (НДДКР).
- Спеціальне фінансування для стартапів, які зосереджуються на цифрових інноваціях [31,с.128].

На доповнення до фінансових стимулів Україна також інвестує в освітні програми, спрямовані на підвищення цифрової грамотності її робочої сили. Ця ініціатива є прямою відповіддю на виявлені прогалини в цифрових компетенціях, необхідних для управління цифровою трансформацією в різних секторах. Розвиваючи робочу силу з більшою цифровою грамотністю, країна прагне подолати розрив у навичках і надати своїм громадянам можливість процвітати в умовах все більш цифрової економіки. Основна

увага на освіті виходить за рамки базової цифрової грамотності та включає спеціалізовані навчальні програми з нових технологій і управління цифровим бізнесом, що забезпечує українським підприємствам доступ до резерву талантів, оснащених навичками, необхідними для майбутнього успіху.

Усвідомлюючи важливість сприятливої законодавчої бази, Україна активно працює над правовими реформами, щоб сприяти розвитку цифрових бізнес-моделей. Розвиток цих законодавчих рамок розглядається як наріжний камінь для цифрової економіки, що забезпечує надійну основу для інновацій та ефективної конкуренції підприємств. Ці реформи спрямовані на спрощення нормативних вимог для цифрового бізнесу, захист прав інтелектуальної власності та заохочення онлайн-торгівлі. Створюючи більш сприятливе правове середовище, Україна прагне залучити інвестиції у свій технологічний сектор і стимулювати зростання цифрових підприємств, вирішуючи попередню відсутність підтримуючої інфраструктури та бізнес-стимулів для впровадження цифрових інструментів.

Інтеграція зелених технологій в Україні знаменує собою ключовий зсув у бік екологічної сталості, який узгоджується з глобальними зусиллями по боротьбі зі зміною клімату та просуванню екологічно чистих практик. Ці технології, визначені у стратегічних пріоритетах, підкреслюють важливу роль держави у розвитку «зеленої» економіки через інноваційні напрями. Згідно з The European Green Deal, екоінновації відіграють вирішальну роль у цій трансформації, значно зменшуючи вплив на навколишнє середовище та прокладаючи шлях до більш сталої економічної моделі. Цей перехід до «зелених» технологій не лише відображає прихильність до охорони навколишнього середовища, але й позиціонує Україну на глобальній карті як лідера у практиках сталого розвитку.

У сфері виробництва впровадження енергоефективних систем є важливим кроком до зменшення вуглецевого сліду та покращення сталого використання ресурсів. Уряд України підкреслив важливість розробки та використання новітніх ресурсо- та енергоефективних низьковуглецевих

технологій для підвищення ефективності використання природних ресурсів. Цей підхід також підтверджується Постановою Кабінету Міністрів, яка наголошує на розвитку національної інноваційної системи для включення енергоефективності як основного компонента промислової практики. Такі ініціативи демонструють стратегічне зобов'язання України модернізувати свій виробничий сектор за допомогою інновацій, що підтримуються державою, таким чином сприяючи досягненню глобальних екологічних цілей, одночасно сприяючи економічному зростанню [15,с.39].

Стійкі методи ведення сільського господарства за допомогою технологій в Україні набирають обертів, зумовлені необхідністю вирішення подвійних проблем забезпечення продовольчої безпеки та збереження навколишнього середовища. Інноваційні сільськогосподарські технології використовуються для підвищення продуктивності, зменшення відходів і мінімізації екологічного впливу сільськогосподарської діяльності. Відсоткова карта ілюструє значний вплив цих головних тенденцій у сільському господарстві, демонструючи, як технології можуть перетворити традиційне землеробство на більш ефективні та стійкі операції. Цей рух до сталого ведення сільського господарства є життєво важливим для України, враховуючи багату сільськогосподарську спадщину країни та її роль як головного світового виробника продуктів харчування. Завдяки впровадженню передових технологій Україна готова подати приклад у поєднанні продуктивності сільського господарства з екологічною стійкістю.

Прийняття міжнародних технологічних стандартів є ключовим для українських підприємств, які прагнуть підвищити свою глобальну конкурентоспроможність. Цей крок не лише узгоджує їх із найкращими світовими практиками, але й значно покращує їх конкурентоспроможність за кордоном. Наприклад, відповідність стандартам ISO у різних галузях може служити свідченням якості та надійності їхніх продуктів і послуг, відкриваючи тим самим двері до нових ринків і можливостей. Уряд України, усвідомлюючи важливість цього, сприяв підтримці підприємств у прийнятті

таких стандартів. Ця підтримка варіюється від фінансових стимулів до технічного керівництва, що гарантує, що підприємства не тільки відповідають вимогам, але й виділяються на міжнародній арені.

Підтримка участі у світових ярмарках і технічних виставках є ще одним важливим напрямком, де українська держава була активна. Участь у цих заходах є прекрасною можливістю для підприємств продемонструвати свої інновації та можливості на світовій арені. Сприяючи та фінансово підтримуючи їх участь, держава відіграє ключову роль у допомозі цим підприємствам налагодити зв'язки з потенційними міжнародними партнерами, зрозуміти тенденції світового ринку та залучити іноземні інвестиції. Ця експозиція є неоціненною для українських підприємств, оскільки вона не лише підвищує їхню впізнаваність, але й відкриває шляхи для експорту та міжнародного співробітництва, ще більше зміцнюючи їх глобальну конкурентоспроможність [7,с.69].

Сприяння міжнародному партнерству та співпраці є стратегічним підходом, прийнятим Україною для стимулювання зростання її підприємств. Це досягається шляхом створення виробничих і технологічних центрів, які служать інкубаційними центрами для малих підприємств за підтримки більших, відомих компаній. Такі ініціативи не лише сприяють інноваціям та обміну технологічними ноу-хау, але й зміцнюють наукові зв'язки та зв'язки співпраці між університетами та промисловим сектором. Сприяючи цьому міжнародному партнерству, український уряд гарантує, що його підприємства не залишаються ізольованими на шляху розвитку, а є інтегрованими в глобальну екосистему інновацій та бізнесу, закладаючи міцну основу для стійкого міжнародного успіху.

Загальнонаціональне розгортання послуг високошвидкісного Інтернету в Україні є важливим кроком до модернізації її цифрової інфраструктури. Незважаючи на потенційні переваги, існує декілька перешкод, зокрема відсутність національних програм, інфраструктури підтримки та бізнес-стимулів для використання цифрових технологій. Урядова стратегія,

викладена в документі № 931, наголошує на необхідності комплексних планів посилення регіонального розвитку та включає заходи щодо впровадження послуг високошвидкісного Інтернету по всій країні. Такий підхід життєво важливий для забезпечення того, щоб усі регіони, включаючи віддалені та сільські райони, мали доступ до надійного та швидкого Інтернету, який є важливим для розвитку підприємств та економіки в цілому.

Уряд України визначив створення державних ІТ-хабів та інкубаторів як стратегічний пріоритет для сприяння інноваціям і підтримки розвитку технологічних стартапів. Ця ініціатива є частиною ширшої Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки, метою якої є стимулювання економічного зростання через технологічний прогрес. Крім того, створення Ради з розвитку інновацій свідчить про прагнення до формування єдиної державної політики інноваційного розвитку. Передбачається, що ці ІТ-центри та інкубатори слугуватимуть каталізаторами технологічних інновацій, забезпечуючи необхідні ресурси, наставництво та мережеві можливості для нових ІТ-підприємств [16,с.189].

Підтримка хмарних обчислень і створення дата-центрів є ще одним напрямком, на якому український уряд зосереджує свої зусилля. Усвідомлюючи екологічні та експлуатаційні переваги хмарних обчислень, як підкреслює Google Apps for Business, держава заохочує підприємства використовувати ці технології. Також було визнано потенціал хмарних обчислень для революції в електронному навчанні та покращення освітніх процесів. Крім того, неможливо переоцінити роль центрів обробки даних у забезпеченні доступності та надійності хмарних сервісів, оскільки найкращі центри обробки даних пропонують неперевершену безперебійну роботу та ефективність. Внесок Amazon у розвиток хмарних обчислень через модернізацію своїх центрів обробки даних є прикладом трансформаційного впливу, який така інфраструктура може мати в національному масштабі.

Українські технологічні стартапи переживають стрімке зростання, зокрема завдяки спеціальним фінансовим грантам, спеціально розробленим

для підтримки сектора, що розвивається. За даними Економічної правди, існує сім грантових програм, спрямованих на підтримку стартапів на різних стадіях розвитку. Ці гранти є критично важливим компонентом стратегії уряду щодо сприяння інноваціям і технологічному прогресу. Надаючи істотне фінансування, ці програми дозволяють стартапам плавніше переходити від концепції до комерціалізації. Ця фінансова підтримка має вирішальне значення, особливо на ранніх етапах життєвого циклу стартапу, коли забезпечення фінансування може бути найбільшою перешкодою. Ці грантові програми створені для задоволення унікальних потреб технологічних стартапів, пропонуючи їм рятувальний круг і можливість для інновацій та масштабування.

Український уряд застосував проактивний підхід до зміцнення технологічного сектору шляхом сприяння фінансуванню венчурного капіталу. Державний фонд, створений за ініціативи українського уряду, втілює цю місію, сприяючи створенню та розвитку технологічних стартапів на стадії їх зародження. Ця ініціатива є значним кроком до усунення бар'єрів для інновацій, таких як відсутність національних програм, інфраструктури підтримки та стимулів для бізнесу. Надаючи платформу для фінансування венчурного капіталу, держава не лише визнає потенціал технологічних стартапів, а й інвестує в їхній успіх. Цей підхід дозволяє стартапам отримати необхідний капітал для впровадження інновацій, масштабування та конкуренції на глобальній арені, тим самим роблячи внесок у національну економіку [33,с.91].

Окрім прямої фінансової підтримки, Україна запровадила податкові пільги, спрямовані на стимулювання інвестицій у технологічний сектор. Ці стимули призначені для заохочення як внутрішніх, так і іноземних інвестицій в інноваційні підприємства, таким чином сприяючи створенню середовища, сприятливого для технологічного прогресу та підприємництва. Пропоновані покращення застосування податкових інструментів для регулювання інноваційних процесів включають коригування базових податків, які мають

на меті полегшити фінансовий тягар на технологічні компанії та стимулювати подальші інвестиції. Таке стратегічне використання податкової політики не тільки підтримує зростання індустрії технологій, але й позиціонує Україну як привабливе місце для інвестування та розвитку технологій.

Програми професійної підготовки та підвищення кваліфікації в галузі технологій є ключовими для підвищення професійної компетентності та сприяння професійному розвитку працівників української робочої сили. Створення комплексних систем навчання, спеціалізації та підвищення кваліфікації має важливе значення для задоволення мінливих потреб технологічного сектора. Подібні ініціативи додатково підтримуються розробкою безлічі технологій навчання, що сприяють теоретичному узагальненню, аналізу, класифікації та вибору оптимальних методів навчання. Такий підхід гарантує, що робоча сила залишається конкурентоспроможною та адаптованою, узгоджуючи її зі стратегічними цілями, визначеними Кабінетом Міністрів України щодо впровадження надійного плану дій з інноваційно-технологічного розвитку на 2019-2021 рр..

Співпраця між університетами та промисловістю в Україні є наріжним каменем для сприяння науково-дослідним ініціативам (НДДКР). Прикладом цієї синергії є створення таких інституцій, як Київський регіональний центр підвищення кваліфікації, який є критично важливим компонентом загальнодержавної системи підвищення ефективності науково-дослідних робіт. Такі партнерства мають важливе значення для проведення дослідницьких робіт, і такі престижні установи, як Каліфорнійський технологічний інститут, лідирують, забезпечуючи захист кожного винаходу через тимчасові патентні заявки. Аналіз взаємодії між університетами, промисловістю, державою та науковими інституціями в Україні показує узгоджені зусилля для впровадження моделі, яка посилює співпрацю та інновації. Ця система організаційної підтримки науково-дослідних робіт та їх

впровадження підкреслює прагнення країни сприяти створенню сприятливого середовища для інновацій [66,с.302].

Міжнародні програми обміну для технічних фахівців відіграють значну роль у зміцненні інноваційного потенціалу підприємств в Україні. Такі організації, як Раст, міжнародна неприбуткова організація, сприяють такому обміну, працюючи в більш ніж 40 країнах для реалізації програм міжнародного технічного співробітництва. Ці програми не лише надають українським технічним фахівцям ознайомлення з найкращими світовими практиками, а й сприяють міжкультурній співпраці та обміну знаннями. Переваги цих обмінів різноманітні, вони дозволяють фахівцям отримати знання про передові технології, інноваційні бізнес-моделі та передові дослідницькі методології, тим самим сприяючи загальному технологічному прогресу та інноваційному розвитку підприємств в Україні.

ВИСНОВКИ

Участь у міжнародних ярмарках і діяльності з розширення ринку є життєво важливою для малих і середніх підприємств, які прагнуть розширити свій ринок і підвищити свою конкурентну перевагу в глобальному масштабі. Усвідомлюючи це, держава пропонує субсидії та програми підтримки, спрямовані на зниження бар'єрів для входу в ці потенційно прибуткові можливості. Переваги такої підтримки включають:

- Фінансова допомога для покриття частини або всіх витрат, пов'язаних з участю в міжнародних виставках, включаючи проїзд, проживання та встановлення стенду.

- Консультаційні послуги, щоб допомогти підприємствам підготуватися до цих подій і максимально збільшити свою присутність на них, включаючи маркетинг, презентацію продукту та стратегії спілкування.

- Доступ до інструментів дослідження та аналізу ринку, які можуть інформувати підприємства про потенційні ринки та споживчі тенденції, допомагаючи в стратегічному плануванні міжнародної експансії.

Ці субсидії є частиною ширшої стратегії сприяння інтернаціоналізації МСП, що дозволяє їм вийти на нові ринки та диверсифікувати свою клієнтську базу. Цільова підтримка для участі в торговельних ярмарках і діяльності з розширення ринку не тільки допомагає підприємствам подолати початкові фінансові та інформаційні перешкоди, але й узгоджується з прагненням уряду стимулювати економічне зростання через збільшення торгівлі та інвестицій. Сприяючи цим можливостям, держава відіграє вирішальну роль у забезпеченні того, щоб МСП у торговельному секторі не лише процвітали всередині країни, але й були готові конкурувати та досягати успіху на світовому ринку.

Важливою складовою освітньо-консультаційної підтримки підприємців торгівлі з боку держави є організація майстер-класів, семінарів, курсів з торгової практики та міжнародних стандартів. Ці заходи служать

платформами для поширення життєво важливих знань і навичок, таким чином узгоджуючи місцеву торговельну практику з загально визнаними нормами та стандартами. Наприклад, учасники навчаються останнім тенденціям у торговельному регулюванні, стратегіях цифрового маркетингу та досконалості обслуговування клієнтів, що є важливим для конкурентної переваги на світовому ринку. Крім того, ці зустрічі сприяють налагодженню контактів між підприємцями, відкриваючи шлях для співпраці та партнерства, що сприяє зростанню торгівлі та інноваціям. Актуальність таких освітніх програм підкреслюється їхнім потенціалом для значного підвищення операційної ефективності та охоплення ринку торгових підприємств, що зрештою призведе до більш міцного торговельного сектору.

Надання безоплатних або субсидованих консультаційних послуг щодо бізнес-стратегії та аналізу ринку є ще одним ключовим напрямком державної підтримки підприємців торгівлі. Ці послуги, які часто надаються досвідченими професіоналами та спеціалізованими фірмами, покликані допомогти власникам бізнесу орієнтуватися в складнощах ринкової динаміки та стратегічного планування. Підприємці отримують інформацію про:

- Ефективні стратегії виходу на ринок;
- Визначення потенційних сегментів ринку;
- Конкурентний аналіз і позиціонування;
- Оптимізація пропозиції продуктів або послуг.

Такі консультаційні послуги не лише надають підприємствам інструменти для прийняття обґрунтованих рішень, але й значно знижують ризики, пов'язані з розширенням ринку та інноваціями. Субсидуючи ці послуги, держава відіграє безпосередню роль у створенні рівних умов для малих і середніх підприємств (МСП), надаючи їм змогу ефективніше конкурувати як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях.

Розвиток онлайн-платформ і ресурсів для безперервного навчання та мережевих можливостей представляє сучасний підхід до підтримки торгових підприємців. Ці цифрові платформи пропонують широкий спектр ресурсів,

включаючи електронні навчальні курси з управління торгівлею та бізнесом, вебінари за участю експертів галузі та форуми для однорангової взаємодії. Підприємці можуть отримати доступ до актуальної інформації про ринкові тенденції, нормативні зміни та технологічні досягнення, які є критично важливими для збереження конкурентоспроможності. Крім того, такі платформи сприяють створенню віртуальних мереж, дозволяючи власникам бізнесу зв'язуватися з постачальниками, клієнтами та потенційними партнерами по всьому світу. Такий цифровий підхід до підтримки підприємництва узгоджується з ширшими ініціативами уряду щодо сприяння цифровій економіці та суспільству, про що свідчить схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аакер Девід. Створення сильних брендів. Миргород. Видавничий Дім Гребенникова, 2003. 439 с.
2. Апопій В. В., Бабенко С. Г., Гончарук Я. А., Антонюк Я. М., Балабан П. Ю. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг: Підруч. для студ. вузів. Укоопспілка. Навчально-методичний центр "Укоопосвіта". К. : НМЦ "Укоопосвіта", 2002. 458с.
3. Азоев Г.Л. Конкурентні переваги фірми. Друкарня Новини, 2006. 238 с.
4. Анхольт, Саймон. Брендинг: дорога до світового ринку: М.: Кудіц-Образ, 2004. 270 с.
5. Апопій В.В, Міщук І.П., Ребицький В.М. та ін. Організація торгівлі : підручник. - 2-ге вид. [переробл. та доп.] К. : Центр навч. літ-ри, 2005. 616 с.
6. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: Монографія. Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. 230с.
7. Балацький О.Ф. Управління інвестиціями. Навчальний посібник для ВНЗ. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 232 с.
8. Бізнес: франчайзинг як засіб від невдач. Аргументи і факти. 1998. № 9. С. 7-10.
9. Білявський В. М., Шепута М. М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. Сталий розвиток економіки. № 1 (38). 2019. С. 131 – 137.
10. Бородіна І. Брендинг в прикладах. Практичний досвід компаній. Маркетолог. 2000. № 12. С.37-42.
11. Бритченка Г.І. Макромаркетинг (поведінка, реклама, адміністрування). Донецьк, 2002. 426 с.
12. Булана О.О. Тенденції зміни підходів до державної підтримки економіки у країнах Європи та уроки для України. Світ фінансів. 2019. № 2(19). С. 149–154.
13. Вагнер І. М., Демко І. І. (2020). Вплив COVID-19 на економічний розвиток малого і середнього бізнесу в Україні, Вісник університету банківської справи, № 1, с. 59-66.
14. Варналій З. Мале підприємство в умовах ринкового господарювання. Економіка і організація управління. 2016. № 1. С. 58–79.
15. Вовичак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник К.:КНЕУ, 2004. 268 с.

- 16.Верига Ю.А., Фесенко Д.М., Левченко З.М., Писаренко В.В., Ватуля І.Д., Ватуля М.І. Звітність підприємств К.: Центр навчальної літератури, 2005. 656 с.
- 17.Гвоздецька І. Методи оцінки вартості бренду. Маркетинг. 2009. № 1.с.61-74.
- 18.Гвоздецька І. Теоретичні та методологічні аспекти управлінням якості брендів . Проблеми теорії і практики управління. 2008. № 11.с.81- 89 .
- 19.Гевлич Л. Л., Гевлич І. Г. Державна підтримка вітчизняного малого бізнесу: стан та перспективи. Економіка і суспільство. 2017. №11. С. 66–71.
- 20.Годін А.М. Маркетинг: Підручник.-4-е вид., Миколаїв.: Дашков і Ко, 2006. 756 с .
- 21.Гойко А.Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрямки їх реалізації. К., 1999.
- 22.Головкіна Н.В. Оманлива реклама: Світова практика контролю. Маркетинг в Україні, 2003. №1.
- 23.Дергачова В. В., Колешня Я. О. Державна підтримка малого та середнього бізнесу в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Вип. 20. С. 130–133.
- 24.Деренько О. Міжнародний досвід державного регулювання та підтримки малого підприємництва. Бізнес Інформ. 2018. № 5. С. 97–104.
- 25.Дробо Кевін. Секрети сильного бренду: Як домогтися комерційної унікальності. - М.: Альпіна Бізнес Букс, 2005. 274 с.
- 26.Ємельянов Є. Ребрендинг: не бійтеся змінюватися! Журнал управління компанією. 2008. № 7. с.4-7.
- 27.Зозульов О.В. Аналіз ставлення споживачів до торговельної марки: огляд сучасних теорій і підходів. Маркетинг в Україні. 2002. №1. С. 4 – 8.
- 28.Зробок О. О., Макалюк І. В. Технологічні парки України: особливості функціонування та зарубіжний досвід. 2017. Випуск № 20. С. 63 – 70.
- 29.Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. Суми : ВТД «Університетська книга»; К. : Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. 324 с.
- 30.Ільчук М. М., Ус С. І., Дмитрук М. І., Ільчук О. М. Теоретичні засади розвитку підприємництва. Економіка АПК. 2020. № 3. С. 100-105.
- 31.Іщенко О.А. Теоретичні основи і механізм реалізації маркетингу. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, ЛТД», 2005. 386 с.

32. Каменична А.М. Неврегульовані питання фінансового забезпечення аграрного сектору економіки держави. Економіка АПК. 2019. № 1. С. 104.
33. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 1997. 156 с.
34. Карпенко Н.В. Маркетинг Навчальний посібник. 2004. 205 с.
35. Качанова Т.С. Основні принципи і закони брендингу, що забезпечують його ефективність. Маркетинг. 2008. № 6.-с.68-74.
36. Квасниця О. Особливості державної підтримки малого бізнесу у зарубіжних країнах. Світ фінансів. 2017. Вип. 2. С. 177–187.
37. Кміть В. М., Падура А. В. Державна підтримка суб'єктів малого підприємництва. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 7. С. 14–17.
38. Коваленко В. В, Радова Н.В. Банківський кредит у формуванні фінансово-інвестиційного механізму розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. Економіка та суспільство. 2020. Вип. 22. С. 78-92.
39. Козак Ю. Г., Уханова І.О. Сутність та роль технопарків в інноваційному розвитку країни. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2017. № 1(35). Том 16. URL: <http://rinek.onu.edu.ua/article/view/113487>
40. Красноносова О. М., Харченко Р. В. Інструментарій державної політики у сфері підтримки та стимулювання розвитку малого бізнесу. Проблеми економіки. 2020. №4. С. 42–47
41. Красовська О. Регіональна та місцева політика малого і середнього підприємництва: від теорії до сталого розвитку. Стратегія розвитку. 2019. № 12. С. 14–18.
42. Красота О. В., Кір'єв І. С. Особливості розвитку малого підприємництва в умовах порушення макроекономічної стабільності. Ефективна економіка. 2021. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8671>
43. Лебьодкін К. С. Державна підтримка суб'єктів господарювання малого бізнесу. Економічна теорія та право. 2016. № 2 (25). С. 183–194.
44. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: Навч. посіб. для ВНЗ. 3-є вид. перероб. та доп. К.: Центр навч. літ., 2004. 376 с.
45. Маркетинг: підручник. А.О.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський та ін.; за ред. А.О.Старостіна. К.: Знання, 2009. 1070 с.
46. Макашев М.О. Бренд: навч. посібник для вузів. ДАНА, 2004. 207 с.

- 47.Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу. Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. 615 с.
- 48.Мельников В.І. Нові інструменти управлінням бренд-менеджментом. Менеджмент за кордоном. 2008. № 3.-с.43-47.
- 49.Мельников О.М. Триєдність «товар-упаковка-бренд» як основа підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур .2008. № 9. с.9-13.
- 50.Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу. Вінниця: Універсум-Вінниця, 2003. 103 с.
- 51.Ніколаєва М.А. Товарознавство споживчих товарів. Теоретичні основи.Учебнік для вузов. Видавництво НОРМА, 1998 283 с.
- 52.Огілві Д. Огілві про рекламу. Миколаїв., 2003. 234 с.
- 53.Ольвінська Ю. О. Особливості державного регулювання малого підприємництва у країнах світу. Державне управління: удосконалення та розвиток: електрон. наук. фахове вид. 2018. № 2. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2951>
- 54.Пашутін С.Б. Невдачі брендів. Управління персоналом. 2008. № 11.-с.34-38.
- 55.Піхняк Т. А. Державна регіональна політика – стратегія розвитку. Стратегія розвитку. 2019. № 12. С. 8–14.
- 56.Прокопенко О.В., Школа В.Ю., Дегтяренко О.О., Махнуша С.М. Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 296 с.
- 57.Пустотін В. 10 років брендобудівництва в Україні: тенденції, основні уроки, перспективи. Маркетинг в Україні, 2006. №6.
- 58.Рожков І.Я., Кісмерешкін В.Г. Особливості сучасного брендингу (зарубіжний досвід): Учеб. посібник. М.: Вища школа реклами, 2003. 90 с.
- 59.Рожков І.Я. Реклама: Планка для профі. - М.: «Юрайт», 1997. 357 с.
- 60.Савіна А.А. Велика стройка бренду Етапи великого шляху (частина 2). Маркетингові комунікації. 2008. № 5. с.266-277.
- 61.Савіна А.А. Брендинг по полицках. Маркетингові комунікації. 2008. № 4.-с.202-213
- 62.Сороковіст Л. Загальне управління брендами. Маркетинг В Україні, 2005.– №1.
- 63.Смірнов І.М. Маркетинг від «Казанови»: брендинг, психологія мас і спокушання. Маркетинг і маркетингові ісследования. 2008. № 4. С.292-299.

64. Титаренко Л. Д. Теоретичні основи товарознавства: Навчальний посібник. Дніпропетровськ: Видавництво ДУЕП, 2003.-224 с.
65. Філіп Котлер. Основи маркетингу: коротко. курс. Нове вид. М: Вільямс, 2002. 643 с.
66. Федоренко В.Г., Гойко А.Ф. Інвестознавство: Підручник. К.: МАУП, 2000. 408 с.
67. Хобта В.М. Управління інвестиціями: навчальний посібник. Донецьк: ДонНТУ, 2005. 394 с.
68. Чайков М.Ю. Товарний знак як об'єкт авторського права. Маркетинг. 2007. № 5.-с.44-47.
69. Чухрай Н., Патора Р. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: Підручник. Кондор. К.: КОНДОР, 2006-398 с.
70. Шампова С.А. Формування ринкової вартості бізнесу на основі моделі управління брендом. 2008. № 7. с. 80
71. Fu, X. (2012). Foreign direct investment and managerial knowledge spillovers through the diffusion of management practices. *Journal of Management Studies*, 49, 970–999.
72. GEM (2019). Global Entrepreneurship Monitor. Methodology. gemconsortium.org. Retrieved from: <https://www.gemconsortium.org/wiki/1599>
73. Humphries, J., C. Neilson and G. Ulyssea (2020). The Evolving Impacts of COVID-19 on Small Businesses Since the CARES Act, Cowles Foundation Discussion Paper, No. 2230, Cowles Foundation, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3584745>.
74. ILO (2020). ILO Monitor: COVID-19 and the world of work, ILO. Retrieved from: <https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>