

охорона здоров'я, освіта, медичні послуги, культура, соціальна допомога та безпека. Можливості на підвищення якості життя мешканців та економічного розвитку повинні бути оцінені серед інших виходячи з обсягу та типу інвестицій, що здійснюються в громаді.

Для формування маркетингових комунікацій стійкого повоєнного розвитку проведено аналіз основних економічних, природних та соціальних чинників територіальних громад для того, щоб продумати та прорахувати усі необхідні кроки для втілення маркетингових комунікацій та стратегії стійкого повоєнного розвитку. Наступні дослідження стосуватимуться детальнішого розгляду складових маркетингових комунікацій стійкого повоєнного розвитку територіальних громад.

Кравчуновська А.О., студентка,
Науковий керівник: проф, д.е.н., доц. Тельнова Г.В.
Національний авіаційний університет, м.Київ, Україна

ЗАРУБІЖНА ПРАКТИКА ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Малий бізнес є важливим економічним сектором, який забезпечує створення робочих місць, збільшення податкових надходжень та загальний розвиток економіки. Однак, малий бізнес має обмежені можливості фінансування, що часто перешкоджає його розвитку та зростанню. У світі використовуються різні методи фінансування малого бізнесу.

Одним з найпоширеніших методів фінансування малого бізнесу є кредитування. У деяких країнах, наприклад у Сполучених Штатах, банки та інші фінансові установи надають кредити малим підприємствам з низькою процентною ставкою. Кредитування є найбільш поширеним методом фінансування малого бізнесу в Україні. Згідно зі звітом National Bank of Ukraine за 2020 рік, кредитні ресурси для малих та середніх підприємств склали понад 60 мільярдів гривень, що становить близько 10% від загального обсягу кредитів. Однак, за даними Європейського банку реконструкції та розвитку, доступність кредитів для малого бізнесу в Україні залишається низькою порівняно з іншими країнами Європи. [1]

Ще одним методом фінансування малого бізнесу є венчурний капітал. Цей метод використовують у випадку, якщо компанія має потенційно високу прибутковість, але не має достатньо власних коштів на розвиток. Венчурні інвестори інвестують у компанії в обмін на частку від прибутку та контроль над розвитком компанії. Згідно з даними Statista, у 2021 році у світі загальний обсяг інвестицій у венчурний капітал становив близько 300 мільярдів доларів.

Аналітичні дані вказують на те, що венчурний капітал є одним з найбільш ефективних методів фінансування малого бізнесу, оскільки він дозволяє залучити значні кошти та отримати експертну допомогу від інвесторів. Однак, цей метод не є доступним для всіх малих підприємств, оскільки потрібна підготовка бізнес-плану та висока рівень переконливості, щоб залучити інвесторів. Кредитування є більш доступним методом фінансування, проте вимагає гарантій та плати високих процентів.

Згідно зі звітом Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021, який включає дані з 43 країн, в Україні в 2020 році 42% населення віком від 18 до 64 років виявили бажання стати підприємцями або мають намір розширити бізнес. [2]

Іншим методом фінансування малого бізнесу є краудфандинг. Цей метод полягає у залученні грошей від великої кількості людей через інтернет-платформи. У 2020 році в світі обсяг краудфандингових інвестицій становив більше 16 мільярдів доларів. Краудфандинг може бути корисним методом для малого бізнесу, оскільки дозволяє залучити кошти без необхідності віддавати контроль над компанією або платити високі проценти за кредити.

У деяких країнах уряди надають фінансову підтримку малим підприємствам. У Франції, наприклад, уряд надає гранти та низькопроцентні кредити для малих підприємств, які займаються інноваційною діяльністю. У Італії, уряд надає гранти на розвиток малого бізнесу та сприяє відкриттю нових підприємств. [3]

Одним зі способів підтримки малого бізнесу є гранти та субсидії. За 2020 рік, більше 600 малих та середніх підприємств отримали понад 400 мільйонів гривень у вигляді грантів та субсидій. Однак, програми надання грантів та субсидій для малого бізнесу в Україні мають обмежений обсяг та низький рівень доступності.

Для забезпечення ефективної підтримки малого бізнесу в Україні, необхідно розробити механізми фінансування та допомоги. Одним зі способів може бути збільшення обсягу кредитування малого бізнесу за допомогою державної підтримки та залученням іноземних інвесторів.

Крім того, необхідно вдосконалити законодавство та створити сприятливі умови для розвитку малого бізнесу в Україні, такі як зниження податкового тягаря, спрощення процедур реєстрації та ліцензування, та створення інкубаторів та бізнес-акселераторів для малих та середніх підприємств. Згідно з дослідженням Всесвітнього банку, в Україні тільки 12% малих та середніх підприємств мають доступ до фінансування банками, що є одним з найнижчих показників у Європі.

В ЄС існує програма COSME, яка надає фінансову підтримку малому та середньому бізнесу на різних етапах його розвитку, включаючи стартапи, експансію та міжнародний бізнес. У США, Small Business Administration (SBA) є відомою програмою державної підтримки малого бізнесу. Окрім того, варто звернути увагу на важливість технологічних інновацій у розвитку малого бізнесу.

За останні кілька років технології стали необхідністю для успішного розвитку бізнесу, особливо в умовах війни, карантинних обмежень та віддаленої роботи.

Отже, малий бізнес є важливим фактором у розвитку економіки будь-якої країни і державна підтримка малого бізнесу є важливим інструментом для стимулювання економіки та забезпечення розвитку бізнесу. Підтримка малого бізнесу є ключовим фактором у забезпеченні стійкого економічного розвитку будь-якої країни.

Список використаних джерел:

1. <https://bank.gov.ua/en/news/all/richniy-zvit-natsionalnogo-banku-ukrayini-za-2020-rik>
2. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>
3. Касич А. О. Стартапи як форма підприємницької діяльності: поняття, значення, зарубіжний досвід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 2. С. 42-54.

Кривіцька А.М., студент

Науковий керівник: Андрієнко М.М.,

Національний авіаційний університет, м.Київ, Україна

ОЦІНКА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У наш час стратегічний аналіз ринку дозволяє великим і не дуже великим підприємствам стежити, зокрема, за соціальними, технологічними, економічними, а також політичними тенденціями та відповідати їм. Також варто приділяти особливу увагу внутрішньому стану справ підприємства, щоб виробляти довгострокову стратегію виживання у період глобальних змін та викликів, з якими доводиться стикатися кожному гравцеві ринку. Якісно проведений аналіз зовнішньої та внутрішньої діяльності компанії дозволяє тримати у фокусі усі фактори, які зумовлюють ефективність та успішність подальших дій компанії, що у свою чергу веде до використання всіх наявних ресурсів та подальшого існування в цілому [1].

Внутрішнє середовище підприємства є чітким відображенням її функціонування як організації. Аналітика середовища підприємства допомагає у встановленні її сильних та слабких сторін, на основі чого керівництво може робити посилений акцент на зміцнення конкурентних переваг, мінімізації ризиків та розвитку слабких сторін [2].