

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ

В. М. ПРАСОЛ, доцент

Ю. ШКУРКО, студент 1 курсу магістратури

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Стартапи, підприємництво, торгівля- це все діяльності, які впливають що не найбільше на економічну ефективність країни та положення її серед інших країн. Також всі ці види економічної діяльності впливають на інноваційне середовище суспільства та країни в цілому. Тому бачимо важливість розуміння, бачення та вирішення тих проблем, які стають на перешкоді в розвитку всіх галузей діяльності для інноваційної країни.

До прикладу візьмемо Нідерланди. Ця країна входить до топ-20 найбагатших країн світу, саме тут один із найнижчих рівнів безробіття. В також країна славиться своїм розвитком в стартап - проектах. Розуміємо, що дає країні високе положення серед інших країн. Це саме її розвиток та розуміння важливості інновацій, сучасності та майбутнього.

Хоча можливо в цілому населення України немає достатнього розуміння про стартапи і це вважається крок у майбутнє, то наша країна також намагається розвивати та допомагати починаючим стартаперам. Звісно що для подальшого просуванню потрібне належне фінансування. Звісно, що успіх будь-якої діяльності не буде без надійності фінансування та організації поступових кроків у втілення ідей.

За даними «Global Map of Startup Ecosystems - StartupBlink» Україна в 2020 році займала 29 позицію у рейтингу, а у 2021 році - 34 позицію [1].

Українські старпати більш пов'язані із інформаційними технологіями. Це зрозуміло з того, що сфера ІТ є популярною та з роками стає більш затребуваною в нашій країні. Саме завдяки даній галузі країна діджиталізується та стає країною сучасності. Звісно поряд з великими амбіціями будуть стояти і перешкоди.

Першою перешкодою є захист прав інтелектуальної власності. Це норма, коли права людини, підприємства є під захистом і кожен має право на захист своєї розробки, ідеї, творчості та винахідливості. Але, якщо це стає вже перешкодою, то є можливість в тому, що це використовується в не так доцільно і правильно, як повинно.

Другою перешкодою є інвестиційний клімат. Інвестицій наразі потребує багато сфер діяльності в країні, але є також можливість залучення іноземних інвесторів. Саме для цього потрібен належний рівень та ефективно представлення проекту для привабливості інвесторам. Але це також проблеми країни. Україна не є частиною а сьогодні достатньо зацікавлена в розвитку стартапів. Через це і є певне гальмування розвитку стартап - проектів.

Та третьою вагомою причиною повільного розвитку стартапів є те, що існує багато прикладів успішних українських стартапів, які ведуть свою

діяльність не в Україні. На це також впливає і країна, і фінансування, і взагалі становище країни.

Розвиток стартап індустрії є перспективною та прибутковою формою ведення бізнесу в Україні, оскільки завдяки цьому не тільки виникають нові компанії, але й вирішуються проблеми малого та середнього бізнесу.

Завершення стартап - проекту є те, що, наприклад, продукт чи послуга виходє на ринок і вже функціонує як повноцінний інноваційний бізнес. Бачимо ланцюг, який йде від стартапів до вже сфери бізнесу.

Бізнес може бути будь-яким: квітковий магазин, ресторан чи клінінгова компанія. Але цікавішим, привабливішим буде, коли більшість бізнесів в країні буде інноваційними та новими, про які ще не чули і не бачили.

Для повноцінного бізнесу це дуже багато цікавих ідей: онлайн подорожі, крок у майбутнє, штучні інтелекти, психологічний аналіз доходів чи витрат. Тобто, це ідеї, які можуть бути безглузді, а згодом інноваційні та цікаві.

На мою думку проблемою сучасного бізнесу є відсутність сучасного. Все оновлюється, покращується, але не змінюється повністю. Є певна суперечливість: в країні йде стрімке зростання розвитку ІТ- сфери, але не спостерігається цього розвитку в галузі бізнесу. Всі ці стартапи із психологічним другом, електронною комерцією, маркетингом і продажем, освітою йду від іноземних країн, але не від України.

Пригальмований розвиток бізнесу пов'язаний не тільки через відсутність сучасності, а і також із певним ставленням держави. Податки, які примушують підприємства робити тіншову економіку. Відсутність стартового капіталу, тобто відсутність достатньої кількості грантів, що заважало багатьом підприємствам ставати на вість на стадію розробки ідей. Неналежна повнота інформації, це коли люди прагнуть, але не знають з чого почати. Звісно є курси, спеціальності, але це все теорія, а допомога на практиці лягає на плечі лише однієї людини, яка має бажання щось започаткувати.

Проаналізувати та знати проблему - це вже шлях до її вирішення. Тобто проблеми потрібно не лише знати, але вже і вирішувати та отримувати бажаний результат. Є певна сформована низка заходів, що потрібно для того, щоб життя, сфера покращилась та покращилось насамперед середовище розвитку бізнесу.

1) Держава. Це головне у існуванні діяльності та сприятливих умов . Розробка нормативно-правової бази, яка буде тримати повністю в захисті та дисципліні сфери бізнесу.

2) Іноземна допомога. Це може бути інформаційний досвід, навчання бізнесменів - початківців. Також це вміння правильно представити та показати свій проєкт інвестору.

3) Професійна підготовка. Створити та запустити важливо, втримати - важливіше. Є багато прикладів, коли бізнес функціонував рік, а потім банкрутство і закриття. Вміння втримати увагу клієнта, вміння конкурувати та сприймати конкурентів на позитивній ноті, на ноті власного розвитку - це все підготовка та кваліфікація.

Із даної статті ми можемо зробити висновок, що будь-яка сфера, яка б не починала своє «життя» потребує не лише бажання, а і підтримки. Ця підприємств є на рівні саме держави та її відношення до всього, що робить країну економічно процвітаючою.

Список використаних джерел:

1. Global Startup Ecosystem Index 2021. Startupblink. URL: <https://www.startupblink.com/> (дата звернення: 11.01.2022).

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

О. А. КОСТЮК, магістрант

Сумський національний аграрний університет

Конкурентоспроможність - це здатність продукту, компанії чи країни ефективно конкурувати на ринку і здобувати споживачів чи клієнтів у порівнянні з іншими аналогічними продуктами, компаніями чи країнами. Це поняття охоплює різні аспекти, такі як якість продукту, цінова політика, інновації, маркетингові стратегії, репутація бренду, ефективність виробництва, технологічний рівень, доступ до ресурсів і багато іншого.

Для підтримки конкурентоспроможності компанії повинні постійно вдосконалювати свої процеси, пристосовуватися до змін в ринкових умовах, впроваджувати нові технології та інновації, а також розуміти потреби своїх клієнтів. Країни також ведуть політику, спрямовану на покращення конкурентоспроможності свого господарства, вдосконалення бізнес-клімату, розвиток освіти та науки, інфраструктури і інших сфер, що можуть впливати на економічний розвиток.

Конкурентоспроможність торгового підприємства формується через комплексний підхід до ряду факторів, що включають продукти та послуги, стратегічне управління, маркетинг, операційну ефективність та інші аспекти. Оптимізація управління конкурентоспроможністю підприємств базується на глибокому економічному аналізі, ефективному обліку, суворому контролі та методичному забезпеченні стратегічного розвитку на основі стратегічного маркетингу. Хоча існуючий набір принципів, методів і функцій управління є відносно стабільним, важливо постійно розвивати і вдосконалювати внутрішній зміст і механізми реалізації окремих функцій, особливо в умовах невизначеності ринків. При цьому компанії використовують різні форми менеджменту і маркетингу, що охоплюють різні сфери діяльності, такі як людські ресурси, фінанси, інвестиції, інновації та продукти. Ці форми обов'язково підлягають комплексним обліковим процедурам для економічних, організаційних, нормативних, інформаційних та технічних аспектів управління [1].

Формування високого рівня конкурентоспроможності підприємства, залежить не лише від його потенційних можливостей, але й від ефективності самого процесу управління конкурентоспроможністю [2]. Враховуючи подвійну