

УДК 336.225:005.591.6:334.72

DOI: <https://doi.org/10.31651/2076-5843-2021-4-96-103>

АНДРУСЯК Василь Миколайович

кандидат економічних наук, доцент,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького,
м. Черкаси, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3477-7515>
andrysak@ukr.net

СОЛОГУБ Мирослава Петрівна

старший викладач,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького,
м. Черкаси, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5145-6118>
mirosa@ukr.net

БУТКО Наталія Валеріївна

кандидат економічних наук, доцент,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького,
м. Черкаси, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1267-3750>
butko_n_v@ukr.net

УЛЯНИЧ Юлія Василівна

кандидат економічних наук, доцент,
Уманський національний університет
садівництва, м. Умань, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0279-1240>
yulia.ulyanich@gmail.com

ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ТА МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті обґрунтовано шляхи маркетингового забезпечення та податкового стимулювання інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств у сучасних умовах функціонування. Представлено динаміку фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств та виявлено проблеми розвитку інноваційного потенціалу України. З'ясовано, що важливим фінансовим інструментом здійснення економічної політики держави виступає інвестування, яке зокрема забезпечує створення і впровадження новітніх технологій. Інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств забезпечує поліпшення показників функціонування в результаті впровадження у їх діяльність інновацій, підкріплених інвестиційним фінансуванням. Визначено, що успіх комерціалізації інноваційних продуктів підприємства залежить від його здатності до організаційного забезпечення маркетингу інновацій та обраної його інноваційно-інвестиційної політики. Запропоновано розглядати послідовність маркетингового забезпечення розвитку підприємства на інноваційній основі через схему, що характеризує систему маркетингу підприємства із підсистем, які розкривають їх функції. Обґрунтовано, що забезпечення високого рівня інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств у системі маркетингу слугує цільовим орієнтиром та основним завданням державної стратегії соціально-економічного розвитку, де важливе значення має його державне регулювання та стимулювання. Розкрито, що податкова підтримка являється ефективним інструментом державного впливу на інвестиційну діяльність інноваційного характеру вітчизняних підприємств.

Ключові слова: інноваційно-інвестиційна діяльність, інвестиційний капітал, інноваційні технології, маркетингові підсистеми, комерціалізація інноваційного продукту, маркетингове забезпечення розвитку підприємств, державне регулювання, податкова підтримка, податкові пільги.

Постановка проблеми. Нині головною умовою досягнення високих економічних показників розвитку вітчизняних підприємств є їх активна інноваційно-інвестиційна діяльність, яка орієнтована в умовах конкурентного середовища на досягнення визначених стратегічних цілей підприємства, а саме: зростання частки ринку, збільшення прибутковості бізнесу, забезпечення високих темпів його розвитку тощо. Управління інноваційно-інвестиційним розвитком забезпечує економічні й організаційні умови стабільного та довготривалого функціонування підприємства з використанням наукових досягнень і прогресивних технологій, сучасних методів організації виробництва і праці, випуску інноваційної продукції, що є основою забезпечення високого рівня конкурентоспроможності продукції підприємства, а також досягнення стабільної конкурентної позиції та лідирування на ринку. Крім того, створення та ефективне використання потенціалу інноваційно-інвестиційного розвитку як економіки країни

загалом, так і вітчизняних суб'єктів підприємництва зокрема, передбачає формування ефективної системи податкового регулювання і стимулювання маркетингової діяльності підприємств. Одним із найсуттєвіших засобів впливу на інноваційно-інвестиційний клімат є податкове законодавство держави, яке повинне забезпечувати залучення інвестиційного капіталу у сферу впровадження інноваційних технологій. Такий вплив держави є передумовою формування, регулювання та стимулювання інноваційно-інвестиційного розвитку вітчизняних підприємств як складника їх конкурентоспроможності в системі маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розв'язанням проблеми, пов'язаної з теоретичними і практичними аспектами маркетингового забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств, займаються багато вчених-економістів, зокрема Н. Васюткіна [13], А. Войчак, Г. Волобуєв [13], В. Гончарук, С. Ілляшенко [7], Т. Ільченко [8], Р. Камишнікова, Л. Мороз, Н. Норіцина [9], Г. Рябик, М. Сахацький [12], Ж. Семчук [10], Р. Скриньковський [10], Л. Українська, В. Уманська [11], Н. Чухрай, Ю. Шипуліна [7] та ін.

Поряд із тим, теоретичні та методологічні аспекти стимулювання інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств досліджуються у працях таких вчених-економістів як Т. Дем'яненко, І. Крейдича [1], І. Нечаєвої [1], М. Обертайло [5], Т. Овчаренко, Н. Перев'язко [4], О. Петрух [14], А. Подлевського [4], В. Семенової [5], З. Юринця [14] та ін.

Однак у сучасних ринкових відносинах ефективне функціонування підприємств у системі «цілі – потреби – потенціал (можливості) – засоби – результати (прибуток)» неможливе без інновацій та інвестицій. У таких умовах постає необхідність поглиблених досліджень інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств у маркетинговому аспекті, адже це надасть можливість виконувати поставлені завдання, на основі використання маркетингових інструментів, прогнозувати рівень його розвитку. Крім того, створення і ефективне використання потенціалу інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств потребують детальнішого висвітлення і подальших наукових розвідок через систему його податкового стимулювання, що є досить важливим аспектом під час комерціалізації нововведень, успіх яких залежить від здатності суб'єктів підприємництва до організаційного забезпечення маркетингу інновацій.

Метою статті є обґрунтування шляхів маркетингового забезпечення та податкового стимулювання інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств в сучасних умовах функціонування.

Викладення основного матеріалу дослідження. Ефективний економічний і соціальний розвиток країни загалом та підвищення рівня конкурентоспроможності окремих підприємств, як показує сучасна світова практика, неможливий без вкладення інвестицій та впровадження і подальшого застосування інновацій. Саме інновації дозволяють економічно розвиненим країнам світу підтримувати баланс попиту і пропозиції на власному ринку, а також забезпечують постійне оновлення технологій, товарів або послуг, раціональне використання науково-технічного потенціалу та його стимулювання. Проте галузі економіки країни за продуктивністю й ефективністю використання інновацій у виробничо-господарській діяльності вітчизняних підприємств значно відстають від країн-членів Європейського Союзу. Відповідно, Україна значно відстає за рівнем інноваційної активності. Про це, зокрема, свідчить глобальний інноваційний індекс (ГІІ), що має спадну динаміку протягом 2014-2020 рр. (рис. 1).

Крім того, за результатами міжнародного оцінювання інноваційної спроможності України результативність інноваційної діяльності її суб'єктів підприємництва за аналізований період коливається з року в рік за Глобальним індексом конкурентоспроможності талантів (ГІКТ). Починаючи з 2015 р., така результативність зростає за Індексом інновацій Bloomberg (ІАБ), а також має тенденцію до підвищення за Індексом Європейського інноваційного табло (ЄІТ). Зменшення результативності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств спричинене значним скороченням витрат на НДДКР, що, своєю чергою, спровокувало зменшення привабливості дослідницької системи для молодих науковців, наявність проблем та слабкий розвиток інноваційної інфраструктури, обмеженість фінансових інструментів підтримки інноваційного розвитку підприємств, недостатній захист прав інтелектуальної власності інноваційного продукту, недостатня питома вага користувачів Інтернет мережі [2, с. 56].

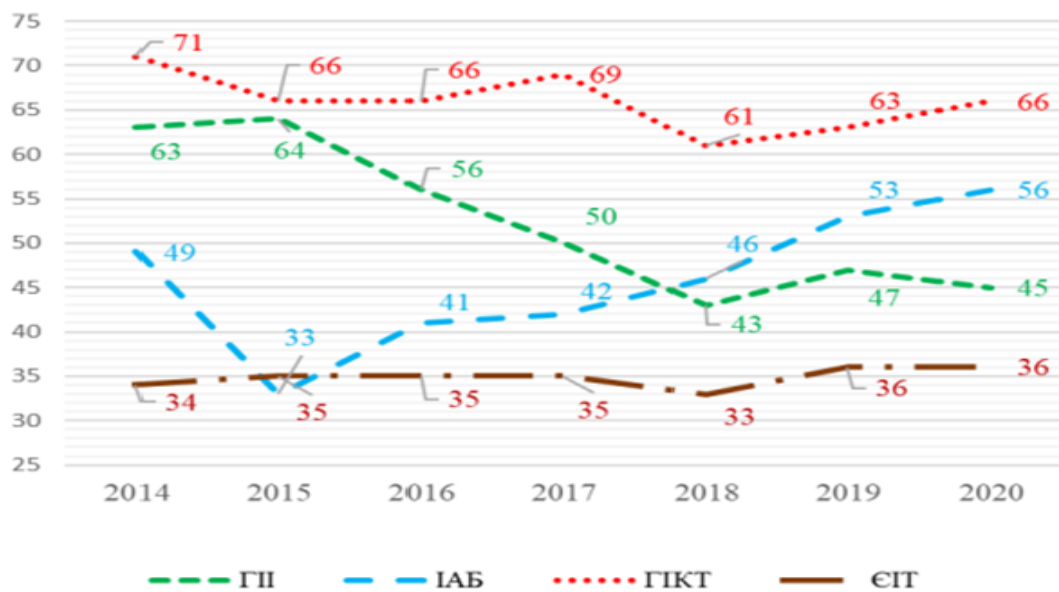


Рис. 1 – Індеси інноваційної спроможності України – рейтинги

Джерело: сформовано за даними [1]

Проте сильними сторонами вітчизняних підприємств серед інноваційних індикаторів залишаються: побудовані соціальні зв'язки у різних галузях економіки, людський капітал та можливості приваблювання талантів, висококваліфікований сегмент ринку праці, інституційне забезпечення, креативність, високі технології та їх проникнення, навички.

Нині стан інноваційної діяльності вітчизняних підприємств характеризується як низький та невідповідний сучасному рівню інноваційних процесів в розвинених країнах ринкового типу, для яких інноваційний розвиток підприємств є пріоритетним завданням економічної стратегії. Тому важливим наразі є аналіз обсягу фінансування інноваційної діяльності (рис. 2), що надасть розуміння низьких темпів розвитку на інноваційній основі.

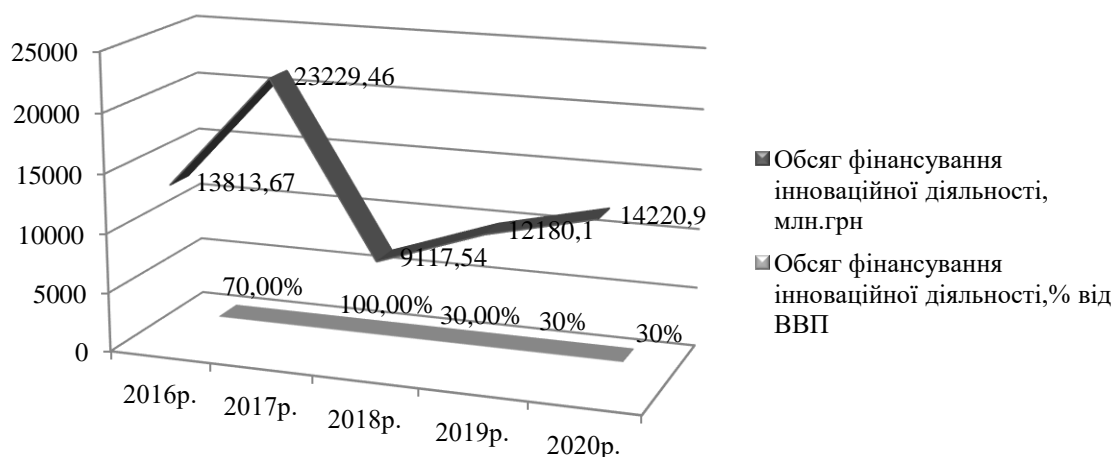


Рис. 2 – Динаміка фінансування інноваційної діяльності в Україні

Джерело: відображено за матеріалами [3]

Як бачимо, динаміка фінансування інноваційної діяльності в Україні за аналізований період характеризується спадним трендом, а частка фінансування інноваційної діяльності є надзвичайно

низькою. Загальна характеристика структури фінансування інноваційної діяльності в Україні дає чітке уявлення про суттєву диспропорційність між сумами власних коштів і коштів державного бюджету. Проблема підвищення ролі та значення інноваційного фактора, який є невід'ємною компонентою науково-технічного прогресу на засадах конкурентоспроможності й активізації інноваційного розвитку, перетворюється на пріоритетний напрям зміцнення економічної безпеки підприємства, рівень якої залежить від глобальних індексів.

Для покращення інноваційної активності окремих підприємств постає необхідність у виявленні проблем розвитку інноваційного потенціалу України, якими вважають [4, с. 49]:

- низькі темпи впровадження високих технологій;
- зношеність основних засобів в межах підприємств;
- нерозвиненість інноваційної інфраструктури, недостатня кількість інноваційних підприємств;
- низька здатність до організації забезпечення маркетингу інновацій;
- недостатня державна підтримка впровадження інновацій з метою забезпечення розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва;
- невизначеність напрямів розвитку провідних галузей економіки та незабезпеченість відповідних умов для залучення інвестиційного капіталу задля стимулювання розвитку високотехнологічного аграрно-промислового виробництва;
- недосконалість законодавчої бази щодо трансферу технологій та, як наслідок, обмежена участь вітчизняних виробників високотехнологічної продукції у міжнародному обміні технологіями.

Наявність ефективного механізму стимулювання інноваційної діяльності підприємств є основою стійкого економічного зростання країни та головною умовою для підвищення суспільного добробуту населення. Тому основною метою інноваційної моделі розвитку економіки країни є підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за рахунок широкомасштабного впровадження в їх економічну діяльність досягнень науки і технологій та сучасних підходів до організації господарської діяльності. Проте слід пам'ятати, що важливим інструментом здійснення економічної політики задля забезпечення відновлення виробничих засобів і розвиток національного виробництва є інвестування. Без його належного розвитку важко забезпечити створення і впровадження технологічних новацій, систем сучасної організації та управління виробництвом і збутом продукції, розвиток ринкової інфраструктури тощо. Інноваційні інвестиції забезпечують кількісне та якісне поліпшення виробничо-господарської діяльності підприємств через впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Такі інвестиції здійснюються з метою отримання прибутку, скорочення витрат, успішної протидії конкурентам на товарних ринках або досягнення позитивного соціального ефекту.

Таким чином, інноваційно-інвестиційний розвиток є базисом систематичного поліпшення показників виробничо-господарської діяльності підприємства, покращення умов його функціонування на конкурентоспроможному ринку в процесі впровадження у діяльність суб'єкта підприємництва інновацій, підкріплених інвестиційним фінансуванням [5, с. 221].

Слід зазначити, що інноваційна діяльність є діяльністю, спрямованою на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок. Вона сприяє випуску на ринок нових конкурентоспроможних видів товарів і послуг [6]. Успіх комерціалізації інноваційних продуктів підприємства значною мірою залежить від його здатності до організаційного забезпечення маркетингу інновацій [7, с. 82] та ефективного використання значної низки сучасних маркетингових інструментів [8, с. 463]. Крім того, маркетингове забезпечення комерціалізації інновацій у межах підприємств суттєво залежить від обраної інноваційно-інвестиційної політики і формується в її межах.

Логіку і послідовність маркетингового забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства шляхом ефективного здійснення процесу комерціалізації інновацій варто розглядати на основі відповідної схеми, яка характеризує систему маркетингу підприємства в розрізі трьох підсистем: маркетингової інформаційної підсистеми, підсистеми комплексу маркетингу та управління маркетингом (рис. 3).

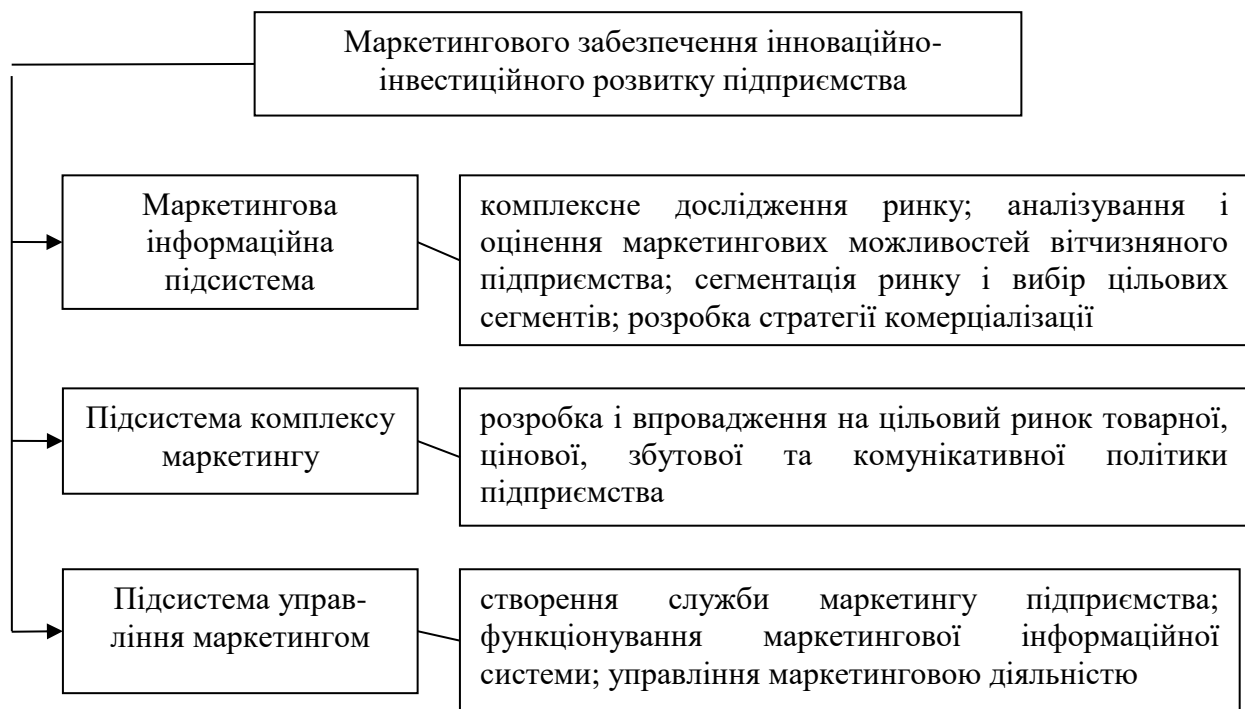


Рис. 3 – Схема маркетингового забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства

Джерело: сформовано авторами з використанням [9, с. 96; 10, с. 8; 11, с. 120; 12, с. 32-33]

Компоненти системи маркетингу підприємства в межах запропонованої схеми маркетингового забезпечення повинні взаємодіяти задля розширення можливостей досягнення успіху комерціалізації інноваційних продуктів, чіткого уявлення напрямів інноваційно-інвестиційного розвитку та забезпечення його сталості.

Крім того, важливо враховувати основні положення концепції маркетингового забезпечення розвитку підприємства на інноваційній основі [13, с. 398]:

– підприємство розглядається як відкрита система, що активно взаємодіє з зовнішнім середовищем його функціонування;

– інноваційний потенціал підприємства багато в чому визначається наявними виробничими, фінансовими, трудовими, інтелектуальними, інвестиційними та іншими ресурсами підприємства;

– інноваційна активність підприємства визначається готовністю, можливістю та здатністю до інноваційного розвитку;

– формування механізму маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства засноване на взаємовпливі інноваційного потенціалу та інноваційної активності підприємства на підґрунті використання системи інструментів маркетингового забезпечення;

– вибір стратегії інноваційного розвитку підприємства здійснюється з урахування рівня його інноваційного потенціалу та рівня маркетингового забезпечення інноваційного розвитку.

Забезпечення високого рівня інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств у системі маркетингу слугує цільовим орієнтиром та основним завданням державної стратегії соціально-економічного розвитку. Тому дуже важливе значення має державне регулювання та стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, успішне здійснення якого вимагає відповідного фінансового фундаменту. Його в ринкових умовах слід формувати не тільки за рахунок методів прямого фінансування, а й на основі використання непрямих важелів, таких як податки. Податкова політика може бути ефективною тільки в тому випадку, якщо податки і система оподаткування виконує всі властиві їм функції. А податкова підтримка, як ефективний інструмент державного впливу на інвестиційну діяльність інноваційного характеру суб'єктів підприємництва, повинна передбачати широке охоплення вітчизняних підприємств, які реалізують інновації, мотивувати першочергове здійснення інвестицій, які несуть інновації, бути

пов'язана з повною автономією прийняття рішень підприємством, передбачати рівність умов для всіх учасників економічної діяльності [14, с. 50].

В Україні податкове регулювання та стимулювання інноваційно-інвестиційного розвитку маркетингової діяльності підприємств протягом останнього десятиліття було недостатньо ефективним, а тому не приносило очікуваних результатів. Так, пряме стимулювання в кризових умовах функціонування підприємств є невиправданою статтею витрат державного бюджету країни. Здійснення непрямого стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності є однією з основних можливостей для державної підтримки і розвитку інноваційної діяльності на підприємствах. Основним видом непрямого стимулювання інноваційної діяльності є стимулювання шляхом надання податкових пільг суб'єктам господарювання, які займаються або тільки планують займатися інноваційною діяльністю.

Податкові пільги – це найкращий шлях стимулювання інноваційної діяльності, який дає можливість підприємствам і всій економіці країни перейти на інноваційний тип розвитку [4, с. 51]. Доцільним є застосування податкових пільг для таких суб'єктів підприємництва: 1) які виробляють інноваційну продукцію; 2) які використовують інноваційні технології; 3) які здійснюють управлінські та економічні нововведення, спрямовані на підвищення ефективності їх діяльності; 4) банки й інші фінансово-кредитні установи, що здійснюють кредитування інноваційно та інвестиційно-активних підприємств.

Однак деякі підприємства, а в деяких секторах економіки і більшість з них, застосовуючи методику податкового стимулювання їх інноваційної діяльності, не завжди мають можливість дійти до комерціалізації інноваційного продукту або послуги. Досить багато цікавих і перспективних інноваційних продуктів залишаються на початкових етапах інноваційного циклу. Тому з метою підвищення ефективності податкового стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності оподаткування слід розглядати як спосіб формування доходів державного бюджету та економічний інструмент регулювання виробничих відносин підприємств, що покликані забезпечувати інтенсивний господарсько-виробничий розвиток у межах країни через досягнення на її території відповідного рівня інноваційно-інвестиційної активності. При цьому в основу реалізації політики стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності доцільно покласти такі принципи: 1) побудова системи сплати податків на принципі вигоди для суб'єктів господарювання, які здійснюють новаторську діяльність; 2) сплату податків варто організувати таким чином, щоб вітчизняні підприємства не мали прямих додаткових витрат від прояву ними інноваційно-інвестиційної активності.

Висновки. Розвиток економіки неможливий без впровадження інновацій. Їх успіх в процесі комерціалізації значною мірою залежить від здатності до організаційного забезпечення маркетингу інновацій у межах підприємств, а також від обраної інноваційно-інвестиційної політики та формується в її межах. Тому держава повинна сприяти розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств і сприяти її розширенню. Крім того, держава повинна приділити увагу стимулюванню інноваційно-інвестиційної діяльності, адже саме інновації, підкріплені інвестиційним фінансуванням, дають можливість поліпшити конкурентоспроможність виробництва товарів чи послуг, як в межах окремих секторів, так і економіки держави загалом.

Список використаних джерел

1. Global Innovation Index 2020. Who Will Finance Innovation? Soumitra Dutta, Bruno Lanvin, and Sacha Wunsch-Vincent [Eds.]. 448 p. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf (дата звернення: 23.10.2021)
2. Пань Цзян. Інструментарій забезпечення збалансованого інвестиційно-інноваційного розвитку територій. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 17. С. 55–61. DOI: [10.32702/2306-6814.2021.17.55](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.17.55)
3. State Statistics Service of Ukraine. *Statistical Bulletin. Scientific and Innovative Activities in Ukraine*. 2020. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 26.10.2021)
4. Подлевський А.А., Перев'язко Н.Ю. Податкове стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності в Україні. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції*. 2011. Вип. XVII, № 4. С. 48–56.

5. Семенова В.Г., Обертайло М.В. Інноваційно-інвестиційний розвиток як основа конкурентоспроможності промислових підприємств. *Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія* / За заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. С. 211-235.
6. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002р. № 40-IV // База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення 04.09.2021).
7. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Засади управління інформаційним забезпеченням комерціалізації інноваційної продукції підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. Вип. 30. С. 81-86.
8. Ільченко Т.В. Роль маркетингових інструментів в інноваційному розвитку аграрних підприємств. *Бізнес Інформ*. 2020. № 10. С. 460-468.
9. Норіцина Н.І. Маркетингове забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2010. Вип. 23. С. 94-100.
10. Семчук Ж.В., Скриньковський Р.М. Інноваційно-інвестиційний розвиток виробничого підприємства як складова його конкурентоспроможності в системі маркетингу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 9. С. 6-9.
11. Бутко Н.В., Уманська В.Г. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності цукробурякового виробництва. *Вісник Черкаського університету. Серія: Економічні науки*. 2017. № 2. С. 117-123.
12. Сахацький М.П., Запша Г.М., Белевят О.А. Наукові основи формування системи маркетингу в сільськогосподарських підприємствах. *Економіка харчової промисловості*. 2009. № 1. С. 31-34.
13. Васюткіна Н.В., Волобуєв Г.С. Засади маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 6 (46). С. 394-400.
14. Юринець З.В., Петрух О.А. Державне регулювання та фінансування інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 6. С. 79-82.

References

1. Global Innovation Index 2020. Who Will Finance Innovation? In Soumitra Dutta, Bruno Lanvin and Sacha Wunsch-Vincent [Eds.], 448. Retrieved from: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf (Accessed: 23.10.2021)
2. Pan Jiang. (2021). Tools for ensuring balanced investment and innovation development of territories. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, 17, 55–61. DOI: [10.32702/2306-6814.2021.17.55/](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.17.55/)
3. State Statistics Service of Ukraine. (2020). *Statistical Bulletin. Scientific and Innovative Activities in Ukraine*. Retrieved from: <http://ukrstat.gov.ua/> (Accessed: 26.10.2021)
4. Podlevskiy A.A., Pereviazko N.Yu. (2011). Tax stimulation of investment-innovative activity in Ukraine. *Problemy ratsionalnoho vykorystannia sotsialno-ekonomichnoho ta pryrodno-resursnoho potentsialu rehionu: finansova polityka ta investytsii (Problems of the rational use of socio-economic and naturally-resource potential of region : financial politics and investments.)*, 4, 48–56.
5. Semenova V.H., Obertailo M.V. (2013). Innovative-investment development as basis of competitiveness of industrial enterprises. *Competitiveness of enterprise : estimation of level and directions of increase*. Odesa: Atlant, 211-235 (in Ukr.)
6. Verkhovna Rada of Ukraine (2002). “About innovative activity”, of Ukraine No 40-IV dated 04.07.2002. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (Accessed: 04.09.2021)
7. Illiashenko S.M., Shypulina Yu.S. (2020). Principles for information support management of commercialization of innovative products. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo (Uzhhorod National University Herald. International Economics Relations And World Economy)*, 30. 81-86.
8. Ilchenko T.V. The role of marketing instruments in the innovative development of agrarian enterprises. *Biznes Inform (Business Inform)*, 10. 460-468.
9. Noritsyna N.I. (2010). Marketing ensuring innovative development of enterprise. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky (Theoretical and Applied Issues of Economics)*, 23, 94-100.
10. Semchuk Zh.V., Skrynkovskiy R.M. (2015). The innovative and investment development of production enterprise as part of its competitiveness in the marketing system. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid (Investments: practice and experience)*, 9. 6-9.
11. Butko N.V., Umanska V.H. (2017). Marketing supply of competitiveness of sugarbeets production. *Visnyk Cherkaskoho universytetu: Ekonomichni nauky (Cherkasy University Bulletin: Economics Sciences)*, 2, 117-123.

12. Sakhatskyi M.P., Zapsha H.M., Beleviat O.A. (2009). Scientific bases of formation marketing system in agricultural enterprises. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti (Food Industry Economics)*, 1, 31-34.

13. Vasiutkina N.V., Volobuiev H.S. (2017). Principles of marketing providing of innovative development of enterprises. *Molodyi vchenyi (Young Scientist)*, 6 (46). 394-400.

14. Yurynets Z.V., Petrukh O.A. (2018). State regulation and financing of innovation and investment activities in Ukraine. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid (Investments: practice and experience)*, 6. 79-82.

ANDRUSIAK Vasyl

PhD (Economics), Associate Professor,
Bohdan Khmelnytsky National University
of Cherkasy, Cherkasy, Ukraine

SOLOHUB Myroslava

senior teacher,
Bohdan Khmelnytsky National University of
Cherkasy, Cherkasy, Ukraine

BUTKO Nataliia

PhD (Economics), Associate Professor,
Bohdan Khmelnytsky National University
of Cherkasy, Cherkasy, Ukraine

ULYANICH Yulia

PhD (Economics), Associate Professor,
Uman National University of Horticulture,
Uman, Ukraine

TAX STIMULATION AND MARKETING ENSURING INNOVATIVE AND INVESTMENT DEVELOPMENT OF DOMESTIC ENTERPRISES

Introduction. *The main condition for achieving high economic indicators of development of domestic enterprises is their active innovation and investment activities. Creation and effective use of the potential of innovation and investment development involves the formation of an effective system of tax regulation and stimulation of marketing activities of enterprises. As a way of influence on the innovation and investment climate, the tax legislation of the state should ensure the attraction of investment capital in the implementation of innovative technologies.*

Purpose. *The purpose of the article is to substantiate the marketing support and tax stimulation for innovation and investment development of enterprises in modern conditions.*

Results. *As modern world practice shows, increasing the level of competitiveness of enterprises is impossible without investment and the introduction and further usage of innovations. The dynamics of financing the innovative activity of domestic enterprises is presented and the problems of development of the innovative potential of Ukraine are revealed. It was found that an important financial instrument for the implementation of economic policy is investment, which ensures the creation and implementation of new technologies. It is investigated that the innovation and investment development of enterprises provides an improvement in performance as a result of the introduction of innovations in their activities, supported by investment financing. It is determined that the success of commercialization of innovative products of the enterprise depends on its ability to provide organizational support for innovation marketing and its chosen innovation and investment policy. It is revealed that tax support is an effective tool of state influence on investment activities of innovative nature for domestic enterprises.*

Originality. *It is proposed to consider the sequence of marketing support for enterprise development on an innovative basis through a scheme that characterizes the marketing system of the enterprise with subsystems that reveal their functions. It is substantiated that ensuring a high level of innovation and investment development of enterprises in the marketing system serves as a target and the main task of the state strategy of socio-economic development, where its state regulation and stimulation is important.*

Conclusion. *Economic development is impossible without the introduction of innovations, the success of commercialization of which depends on their marketing. Tax stimulation for innovation and investment development of enterprises are an appropriate area of state assistance, as it is innovations supported by investment financing provide an opportunity to improve their competitiveness.*

Keywords: *innovation and investment activity, investment capital, innovative technologies, marketing subsystems, commercialization of innovative product, marketing support of enterprise development, state regulation, tax support, tax benefits.*

Одержано редакцією: 06.10.2021
Прийнято до публікації: 10.12.2021