**ТЕМА 1. ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА БІЗНЕСУ І ПІДПРИЄМНИЦТВА**

1.1. Виникнення і розвиток підприємництва.

1.2. Поняття та основні ознаки бізнесу.

1.3. Сутність, ознаки, функції та принципи підприємництва.

1.4. Суб’єкти, об’єкти та види підприємницької діяльності.

1.5. Середовище функціонування бізнесу.

**1. Виникнення і розвиток підприємництва**

Історія підприємництва розпочинається ще з середньовіччя. На той час купці, торговці, ремісники були підприємцями-початківцями. Перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємництва почалися у XVII ст., хоча співтовариства підприємців, які складалися з ремісників, купців, лихварів, з'явилися значно раніше.

Появу терміна "підприємець" (від фр. enterpreneur – посередник) пов'язують з ім'ям англійського економіста Річарда Кантільйона, який також вперше здійснив наукову інтерпретацію підприємництва як діяльності, пов'язаної з ризиком.

Поняття підприємництва розвивалось, змінюючись відповідно до конкретно – історичних економічних і соціальних умов суспільства.

Як слушно зазначає Ю. Ф. Пачковський, еволюція поглядів на підприємництво і на роль особи підприємця в економічних і соціальних процесах, залежить від конкретно – історичних етапів розвитку суспільства, впроваджень досягнень науково-технічної революції в промисловість, культурних і політичних пріоритетів у соціумі.

За такого підходу, світова історія розвитку підприємництва розглядається як така, що налічує декілька глобальних цілей і завдань, які періодично, поетапно змінювалися після свого здійснення. А отже, з ними змінювалося розуміння суті підприємництва. *На початкових етапах розвитку* світових продуктивних сил в епоху становлення капіталізму вся енергія підприємців (незалежно від національних ознак) була спрямована на створення нової технології виробництва, за допомогою якої можна було збільшити випуск і обсяг збуту продукції, захопити на якийсь час відповідний сектор чи сегмент ринку, а через нарощування масштабів виробництва – отримувати дедалі більшу масу прибутків.

Цей етап розвитку підприємництва – це період первинного нагромадження капіталу, який пов'язаний також із вдалими операціями фінансистів, банкірів, інвесторів. Тут підприємець (особливо в XIX ст.) виступав як особа, яка переміщує ресурси із сфери з низькою у сферу з високою дохідністю. Там, де загострювалася конкурентна боротьба, зростала й активність щодо більш прибуткового розміщення капіталу. Із такої боротьби виросли "герої" капіталізму: американець Дж. Морган ("Морган гаранті траст"), німець Г. Сіменс ("Дойче банк"), французи брати Перейр ("Кредит мобільє") та інші, що заклали базу фінансових імперій.

*На наступному етапі*, з початку XX cт. майже всюди основні цілі та завдання підприємців суттєво змінилися. Пріоритетні завдання вже полягали в тому, щоб розробити і вдосконалити механізми масового виробництва, зменшити витрати, знизити собівартість продукції, домігшись при цьому збільшення питомого продукту, рентабельності та конкурентоспроможності. За нових умов успіх підприємництва гарантувала низька ціна на продукцію, зростання кількості реалізованих товарів і маси прибутку. Не меншого значення як чинник економічного успіху набуває раціональна організація виробництва, зокрема в провідних галузях (транспорт, електротехніка, машинобудування, хімічна промисловість), а також модернізація традиційних галузей – текстильної, харчової. Характерною рисою підприємця при цьому уже називають досягнення значних результатів в управлінні виробництвом.

Ситуація змінилася на початку 30–х років. У всьому промислово розвинутому світі вже спостерігався стан насичення (сатурації) попиту на споживчі та інші товари. У цей час в Америці, а потім у Західній Європі, заглядаючи у майбутнє, фірми перенесли пріоритети управління з виробництва на рекламу, добір споживачів, організацію збуту, просування продукції на ринках, на проблеми реалізації, а не власне виробництва.

Наступний *етап* починається від середини 50–х років, коли ринкова орієнтація фірм ще більше посилюється. Цей новий етап у зарубіжній економічній літературі з менеджменту отримав назву постіндустріальної епохи . Вступ до неї характеризувався досягненням нового, вищого рівня розвитку виробництва та добробуту населення у промислово розвинених країнах Заходу, забезпеченням задоволення потреб у головних умовах фізіологічного існування людини. Епоха масового збуту дозволила досягти комфорту та економічної безпеки існування. На цьому етапі розвитку підприємництва суттєво модифікується співвідношення між інтересами розвитку виробництва та збуту в системі управління.

Сучасне підприємництво швидко адаптується до змін в навколишньому середовищі: у політиці, економіці, суспільстві, технологіях. Без цього підприємець не в змозі забезпечити своє майбутнє. Показником підприємницької діяльності є конкурентоздатність організації, а сама підприємницька поведінка характеризується як енергійна, ризикована, спрямована на максималізацію можливостей.

Як бачимо, на кожному з цих етапів є пріоритетною одна зі складових підприємницької діяльності. На першому – пріоритетною умовою розвитку є спрямованість на виробництво і пошуки нових технічних (технологічних) можливостей для досягнення бажаного результату. На другому етапі зростає питома вага нетрадиційних рішень у підприємництві з урахуванням новітніх досягнень у науково-технічній та економічній сферах. Подальший розвиток підприємництва – це врахування специфіки потреб споживачів продукції, послуг, а також більш диференційований підхід до людського чинника. Наступний етап знаменує собою зміщення акцентів на вдосконалення системи управління. Сучасний етап розвитку підприємництва передбачає врахування дедалі зростаючої кількості факторів (політичних, соціальних, етнічних, економічних, психологічних), що мають як безпосередній, так і опосередкований вплив на виробничі процеси. Найбільше цінується здатність підприємців адекватно реагувати на зміни, вміння їх передбачити.

Потреба суспільства у справжньому підприємництві ніколи не знижується. Це проявляється у підтримці малого та середнього підприємництва державними структурами, що сьогодні почало проявлятися і в Україні.

Підприємця часто називають бізнесменом. І це, на нашу думку, є вірним. Бізнесмен –це людина, яка має власну справу, яка приносить йому прибуток та є джерелом багатства. Бізнесмен в повному розумінні є, за Адамом Смітом, людина економічна – Homo economicus.

Він може бути торговельним посередником і організатором виробництва, біржовим брокером і банкіром, власником маркетингової, дистриб’юторської, консультаційної або будь-якої іншої ділової фірми. Тобто, бізнес – це та сфера діяльності, в якій взаємодіють різноманітні людські здібності, притаманні підприємливим людям.

Багато людей сприймають підприємництво як сукупність рис, які приваблюють зовнішньою стороною: великі гроші, автомобілі модних марок, благодійна діяльність, спонсорство, вартість яких складає мільйони. Що ж стосується внутрішньої сторони підприємництва як особливого виду діяльності, то вона в значній мірі «скрита». Тому підприємець розуміється масовою свідомістю, як правило, спрощено. На наш погляд, саме тому виникають не тільки помилки людей, яких привабило «красиве» життя, але й багаточисленні деформації в сфері українського підприємництва. Буденна свідомість, поверхнево сприймаючи явища, не має достатніх фактів оточуючої дійсності, для того що б упевнитися в тому, що індивідуалізм справжнього підприємця соціально зорієнтований, тобто спрямований на користь суспільства.

**1.2. Поняття та основні ознаки бізнесу**

Першочерговим завданням будь-якої управлінської діяльності є з’ясування сутності об’єкта управління, тобто поняття «бізнес». Варто відзначити, що на сьогодні поняття «бізнес» є дискусійним та недостатньо визначеним. Однією з причин такої ситуації є відсутність законодавчого тлумачення поняття «бізнес». Натомість, у нормативній базі визначено близькі за змістовним наповненням поняття «господарська діяльність» та «підприємництво».

Що стосується бізнесу, то у науковій літературі доволі часто можна зустріти ототожнення зазначеного поняття із підприємництвом. Натомість більш детальне дослідження надало можливість виявити 5 основних підходів до співвідношення між цими поняттями:

‒ бізнес і підприємництво є тотожними поняттями, тобто у даному випадку бізнес тлумачиться на основі визначення підприємництва;

‒ бізнес є ширшим поняттям, ніж підприємництво. Прихильники такого підходу спираються на англомовне походження поняття «business», яке перекладається як справа, діяльність, тобто носить не лише економічне забарвлення;

‒ бізнес є ширшим поняттям, ніж підприємництво, оскільки останнє включає лише легальну складову бізнесу. У вітчизняних реаліях поширеними є поняття «нелегальний бізнес», «тіньовий бізнес», натомість підприємництво включає лише легальну та зареєстровану діяльність;

‒ підприємництво носить інноваційний характер. Згідно з даним підходом, підприємництву властивий інноваційний підхід, пошук нових шляхів та засобів вирішення існуючих проблем, впровадження нових та радикально нових ідей у діяльність. У свою чергу, бізнес спрямований на використання та масштабування ідей, які вже існують, з метою одержання прибутку;

‒ бізнес є ширшим поняттям, оскільки, крім власне підприємницької діяльності, включає систему ділових комунікацій із стейкхолдерами (зацікавленими особами).

З урахуванням того, що бізнес завжди пов’язаний з людьми (в першу чергу, споживачами), у рамках даного підручника будемо дотримуватися останнього підходу.

Отже, **бізнес** – це підприємницька діяльність економічних суб’єктів, а також система їх ділових відносин із компонентами зовнішнього середовища. Відтак, вважаємо, що бізнес є дещо ширшим поняттям, ніж підприємницька діяльність, адже включає систему ділових комунікацій із суб’єктами зовнішнього середовища (постачальниками, споживачами, державою тощо) [6, с. 393].

***Бізнес-діяльність має ряд характерних ознак, що її визначають:***

‒ орієнтація на одержання прибутку – основною метою бізнесу є одержання прибутку від діяльності;

‒ орієнтація на споживача – в основі будь-якого бізнесу знаходяться незадоволені потреби споживачів, відтак, успішний бізнес завжди орієнтований на визначення, управління та задоволення потреб споживачів;

‒ самостійність – особа самостійно приймає рішення щодо започаткування, ведення або припинення бізнесу, самостійно обирає вид діяльності (у межах чинного законодавства);

‒ ініціативність – бізнес завжди передбачає активну позицію, рух вперед для розвитку, задоволення потреб та одержання прибутку, прояв особистої та колективної ініціативи щодо впровадження нових ідей та розширення напрямів діяльності;

‒ готовність йти на ризик – однією з визначальних рис бізнесмена є розуміння ризику та готовність його приймати. Бізнес завжди пов’язаний з певним ризиком тому, започаткувавши власну справу, особа повинна розуміти та приймати ймовірність настання несприятливої ситуації та втрати свого майна;

‒ вміння будувати систему ділових комунікацій – будь-який бізнес передбачає взаємодію зі споживачами, постачальниками, органами державної влади та іншими суб’єктами, відтак, уміння побудувати ефективну систему ділових комунікацій знаходиться в основі успішного бізнесу;

‒ стратегічність мислення – передбачає можливість розробляти перспективні плани діяльності, визначати і оцінювати наслідки реалізації управлінських рішень у довгостроковій перспективі.

Таким чином, бізнес являє собою комплексне економічне явище, якому притаманні визначені ознаки.

Бізнес характеризується відповідними об’єктом та суб’єктами.

**Об’єктом бізнесу** є будь-яка продукція, роботи та / або послуги, що складають основу бізнес-діяльності та спрямовані на задоволення потреб споживачів. Суб’єктами бізнес-відносин, у свою чергу, можуть бути:

‒ підприємці та їхні колективи – формують основу бізнес-відносин, оскільки виступають носієм ініціативи, тобто їхнє прагнення отримати прибуток (або дохід) виступає рушійною силою розвитку бізнесу;

- споживачі – відображають цільову орієнтацію бізнесу, оскільки будь-яка бізнес-ідея ґрунтується на незадоволених потребах споживачів;

- постачальники ресурсів – формують ресурсне забезпечення бізнес-діяльності.;

- державні та місцеві органи влади – характеризуються подвійною роллю. З одного боку, органи влади є безпосереднім учасником бізнес-відносин як замовник (зокрема, через систему тендерів); а з іншого – виступають регулятором, встановлюючи «правила гри» на ринку.

***Залежно від об’єкта діяльності* виділяють наступні види бізнесу:**

* виробничий ‒ орієнтований на виробництво певної продукції;
* комерційний – заснований на торговельно-обмінних операціях;
* посередницький – передбачає пошук та забезпечення комунікації зацікавлених сторін у різних сферах діяльності;
* фінансовий – базується на наданні фінансових послуг;
* інформаційний – заснований на доступі до інформації та наданні різного роду інформаційних послуг;
* консультативний – полягає у наданні консультацій з визначеного кола питань;
* інноваційний – передбачає генерування та впровадження інноваційних ідей і проектів.

Думка про те, що бізнесу можна навчитися, є дискусійною. В результаті навчання можна отримати лише інформацію. У свою чергу, бізнес, як і будь-який творчий процес – це система знань. Інформація для знання є лише сировиною, яку треба переробити для отримання результату. Творчість, тобто спрямованість на отримання чогось нового, є найголовнішим у бізнесі. Можна бути глибоко обізнаним на методах ведення бізнесу, вміти читати баланс, знати про методи впровадження продукту на ринок, але без бізнес-ідей, народжених творчою думкою цей бізнес буде мертвим. Він буде стояти на одному місці. І тільки тоді, коли діло засновано на ідеях, або народжує нові ідеї, у підприємництва з’являються перспективи зростання та одержання прибутку.

Бізнес – це будь-який вид безпосередньої діяльності з метою отримання прибутку. Він передбачає залучення власних засобів або опосередковану участь у такій діяльності через вкладення у справу власного капіталу. У бізнесі не обов’язкове безпосереднє керівництво, можлива тільки форма участі (наприклад, через деякі засоби, гроші тощо). Ось чому служба у державних установах, робота за наймом у компанії не є бізнесом, але володіння акціями компанії або робота на власному підприємстві – це бізнес.

Ринок є стимулом розвитку бізнесу, а дефіцит ресурсів – його межею. На ринку суб’єкти господарської діяльності взаємодіють то в якості виробника, то – споживача.

Ринок встановлює ціни і визначає обсяг виробництва. Так вирішується питання «що, як і скільки треба виробляти?». Питання «що виробляти » вирішується через гроші споживача товару або послуги; «як виробляти» – шляхом конкурентної боротьби між виробниками; «скільки виробляти» – через співвідношення попиту та пропозиції.

**3. Сутність, ознаки, функції та принципи підприємництва**

Досвід і сучасні тенденції розвитку економіки у світі та в Україні доводять, що без ініціативних, ділових людей, без розвитку різних форм підприємницької діяльності прогрес неможливий. Підприємницька діяльність – особливий вид господарської діяльності людей.

**Під господарською діяльністю** у Господарському Кодексі розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

Господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом, а суб'єкти підприємництва – підприємцями. Господарська діяльність може здійснюватись і без мети одержання прибутку (некомерційна господарська діяльність). (Стаття 3. Господарська діяльність та господарські відносини)

**Підприємництво –** це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб’єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. (Ст. 42. Підприємництво як вид господарської діяльності)

**Принципи підприємницької діяльності**

1. Підприємництво здійснюється на основі:

* вільного вибору підприємцем видів підприємницької діяльності;
* самостійного формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;
* вільного найму підприємцем працівників;
* комерційного розрахунку та власного комерційного ризику;
* вільного розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;
* самостійного здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

***Основними мотивами підприємницької діяльності є:***

* бажання бути незалежним в матеріальному відношенні від інших людей;
* бажання на свій розсуд розпоряджатися власним часом;
* потреба самостійно визначати рівень винагороди за свою працю;
* бажання самореалізації та отримання визнання з боку оточуючих;
* турбота про майбутнє своїх дітей.

Таким чином, в основі успіху підприємницької діяльності лежить орієнтація на ринковий попит та задоволення потреб споживачів з метою отримання прибутку.

Підприємництво як певний стиль і тип господарської поведінки має такі ***характерні риси:***

- мобільність, гнучкість, динамічність;

- цілеспрямованість і настирливість у здійсненні бізнесу;

- ініціативність, творче ставлення до справи та підприємливість;

- пошук нетрадиційних рішень, нових дій у сфері бізнесу;

- готовність до ризику та вміння ним управляти;

- комунікативний характер діяльності;

- оперативність рішень та дій;

- орієнтація на потреби споживачів, їх поведінку на ринку;

- дотримання морально-етичних принципів та ділового етикету.

***Сутність підприємництва повніше розкривається через його функції:***

*- ресурсна* – мобілізація внутрішніх та зовнішніх ресурсів (фінансових, трудових, матеріальних, природних тощо) для ефективного функціонування;

*- інноваційна (творча)* – сприяння процесу генерування та комерціалізації нових ідей, здійснення дослідно-конструкторських розробок, створення нових товарів, надання нових робіт тощо;

*- організаційна* – пов’язана з матеріально-технічним забезпеченням виробництва, налагодженням технологічного процесу, організацією комерційної діяльності, сервісу, а також впровадженням нових форм та методів організації виробництва, нових форм заробітної плати та їх оптимальна інтеграція з традиційними формами;

*- стимулююча* – функція полягає у формуванні механізму, що мотивує і ефективно використовувати ресурси, і максимально задовольняти потреби споживачів;

*- господарська* – найбільш ефективне використання трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних та інформаційних ресурсів;

*- управлінська* – пов’язана з механізмом управління персоналом та підприємством в цілому;

*- соціальна* – виготовлення товарів та послуг, які необхідні суспільству;

*- особистісна* – самореалізація підприємця як особистості через досягнення власної мети, отримання задоволення від своєї роботи;

*- захисна* – передбачає систему захисту прав та інтересів підприємців, створення сприятливих умов функціонування бізнесу, усунення існуючих проблем на макрорівні. Це здійснюється на основі співробітництва підприємців та їх об’єднань з державними органами влади та управління, міжнародними організаціями, фондами, проектами для забезпечення сталого розвитку підприємництва;

*- інші функції* – ведення обліку, маркетингові дослідження, наукові дослідження тощо.

У процесі своєї діяльності підприємець повинен передбачати можливість отримання збитків замість прибутку і навіть банкрутство. Повністю запобігти ризику неможливо, тому що складно прогнозувати розвиток подій на товарних ринках або дії фірм-партнерів, конкурентів чи покупців. Отже, підприємництво – це тип господарської поведінки, пов’язаний з ризиком неотримання прибутку та соціального ефекту.

**4. Суб’єкти, об’єкти та види підприємницької діяльності**

Суб’єкти підприємницької діяльності в Україні визначені Господарським кодексом (стаття 55).

**Суб'єктами господарювання** визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством.

**Суб'єктами господарювання є:**

1) господарські організації – юридичні особи, створені відповідно до [Цивільного кодексу України](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15), державні, комунальні та інші підприємства, створені відповідно до Господарського Кодексу, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;

2) громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці.

*Юридична особа* – це носій майнових прав і обов’язків. Вона займається підприємницькою діяльністю; існує незалежно від осіб, які входять до її складу; несе самостійну майнову відповідальність за зобов’язанням, яке бере на себе. Майно юридичної особи відокремлюється від особистого майна її членів.

*Громадянин України* визнається суб’єктом господарювання у разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи.

Громадянин може здійснювати підприємницьку діяльність безпосередньо як підприємець або через приватне підприємство, що ним створюється; самостійно або спільно з іншими особами.

*Фізичні особи* – це індивідуальні підприємці, правовий стан яких регулюється відповідними законами, за якими вони наділяються правоздатністю та дієздатністю: право здійснювати юридичні акти (укладання угод), брати на себе зобов’язання, нести майнову та іншу відповідальність. Індивідуальний підприємець може бути власником капіталу, вкладеного у конкретне майно; мати право володіння, розпорядження, користування, тобто виступати як одноосібний володар та управляючий майном, яке він вкладає в організацію господарського процесу, залучаючи для цього необхідні матеріально-технічні, фінансові, трудові, інтелектуальні та інші ресурси.

Таким чином, суб’єктами підприємницької діяльності в Україні можуть бути громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці. Іноземці та особи без громадянства при здійсненні господарської діяльності в Україні користуються такими самими правами та мають такі самі обов’язки, як і громадяни України.

Здійснення підприємницької діяльності *забороняється* органам державної влади та органам місцевого самоврядування. Існують також обмеження щодо здійснення фізичними особами права на підприємницьку діяльність. Вона обмежується законом щодо депутатів, посадових і службових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування. До того ж, забороняється займатися підприємницькою діяльністю військовослужбовцям, службовим особам органів внутрішніх справ, прокуратури, суду, органів державної безпеки України тощо.

***Суб’єкт підприємницької діяльності має такі права:***

* без обмежень самостійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, яку не заборонено законом;
* укладати договори з іншими суб’єктами господарювання;
* відкривати банківський рахунок;
* створювати спілки, асоціації а інші громадські об’єднання;
* укладати з громадянами трудові договори (контракти, угоди) щодо використання їх праці;
* користуватись послугами системи соціального забезпечення та соціального страхування;
* відкривати свої філії, представництва, проводити реорганізацію і ліквідацію підприємства за рішенням власника;
* одержувати інформацію про результати інспектування і перевірок його діяльності;
* оскаржувати у суді неправомірні дії громадян, юридичних осіб та органів державної влади.

При укладанні трудового договору (контракту, угоди) підприємець зобов’язаний забезпечити соціальні гарантії щодо найманих працівників:

- належні та безпечні умови праці;

- оплату праці не нижчу від визначеної законом та її своєчасне одержання працівниками;

- соціальне й медичне страхування та соціальне забезпечення відповідно до законодавства України та інші соціальні гарантії.

Усі суб’єкти підприємницької діяльності, відокремлені підрозділи юридичних осіб, виділені на окремий баланс, зобов’язані вести облік результатів своєї роботи, складати та подавати статистичну інформацію і фінансову звітність.

Підприємці зобов’язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об’єднань, інших суб’єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави.

За завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законодавством відповідальність.

Фізична особа-підприємець несе відповідно до чинного законодавства України наступні *види відповідальності*:

- цивільно-правову (матеріальну). Всім своїм майном на яке може бути накладене стягнення в судовому порядку;

- адміністративну (штраф);

- кримінальну (штраф, обмеження свободи, позбавлення волі).

***Об’єкти підприємницької діяльності*** – це все те, що виступає предметом купівлі-продажу на ринку. Підприємець самостійно визначає, які саме об’єкти йому потрібні для створення власної справи, забезпечення нормального функціонування підприємства з урахуванням виду господарської діяльності, цілей та стратегій, фінансових можливостей, характеру комерційних відносин з іншими суб’єктами ринку.

Підприємницька діяльність різноманітна, як і людські потреби. Всі численні прояви підприємництва можна згрупувати таким чином: виробниче підприємництво, комерційне підприємництво, посередницьке підприємництво, фінансове підприємництво (в тому числі страхове підприємництво).

**Види підприємницької діяльності:**

***Виробниче підприємництво –*** це будь-яка матеріальна, інтелектуальна, творча діяльність, яка пов’язана з виробництвом продукції, наданням послуг, створенням певних духовних цінностей. Виробниче підприємництво належить до найбільш суспільно необхідних і водночас найскладніших видів бізнесу. Воно не приносить прибуток так швидко, як інші види бізнесу, його прибутковість зазвичай становить лише 10-12%. У зв’язку з цим воно не є аж надто привабливим для започаткування підприємницької діяльності.

***Комерційне підприємництво*** – діяльність, пов’язана з операціями та угодами з купівлі-продажу товарів і послуг. В цьому бізнесі підприємець виступає в ролі торговця, комерсанта, який купує товари для подальшого перепродажу. Товар закуповується за оптовими (гуртовими) цінами, а продається − за вищими, договірними. Завдяки різниці цін підприємець створює для себе прибуток і покриває витрати, пов’язані з реалізацією товару. Комерційне підприємництво отримало найбільший розвиток в Україні (як і в інших постсоціалістичних країнах) у перші роки переходу до ринку, тому що вкладений капітал повертається швидше і цей вид підприємництва характеризується відносно високою прибутковістю (20−30% і навіть більше).

***Фінансове підприємництво*** − це особливий вид комерційної діяльності, пов’язаний з купівлею-продажем національної та іноземної валют, цінних паперів, а також із обслуговуванням розрахункових операцій. Підприємець купує ці фінансові ресурси у їх власників, а потім з вигодою для себе перепродає покупцям або дає в борг за певну плату. Різниця між цінами купівлі та продажу грошових ресурсів становить маржу фінансового підприємця. З цієї різниці покриваються витрати та формується прибуток.

***Консультативне підприємництво*** – консалтингові послуги в сфері загального управління, адміністрування, кадрового управління, фінансового управління, маркетингу, інформаційних технологій інші спеціалізовані консалтингові послуги.

У ХХІ ст. в Україні набуває популярності ***соціальне підприємництво***, націлене на пом’якшення або розв’язання соціальних проблем. Основні характеристики такої діяльності: позитивні соціальні результати, інноваційність, самоокупність та фінансова стійкість (здатність розв’язувати соціальні проблеми до тих пір, поки це необхідно, але завдяки доходам від власної підприємницької діяльності).

Соціально-орієнтовані підприємства пропонують можливості для створення робочих місць, нових форм підприємництва та зайнятості, допомагають подолати соціальну ізольованість людям з обмеженими фізичними та психічними можливостями, тим, хто був безробітним протягом тривалого часу, представникам груп ризику. Соціальне підприємництво сприяє розвитку широкого спектра соціальних послуг, необхідних суспільству, але якими не прагне займатися звичайний бізнес (малоприбуткові, непрестижні або потребують спеціальної професійної підготовки).

**5. Середовище функціонування бізнесу**

Жоден бізнес не може існувати ізольовано від середовища, яке його оточує та визначає умови функціонування. Саме середовище є джерелом ресурсів для провадження будь-якої діяльності, визначає особливості збуту продукції та інші чинники впливу. Саме тому розуміння факторів та характеристик того середовища, у якому функціонує бізнес, є важливим з точки зору побудови ділових комунікацій, як наслідок – забезпечення ефективності бізнес-діяльності.

***Зовнішнє середовище*** по своїй суті є сукупністю чинників різного характеру та спрямування, що впливають на функціонування бізнесу та знаходяться поза зоною прямого впливу керівництва суб’єкта бізнесу. Іншими словами, це сукупність факторів впливу на діяльність, що знаходяться поза організацією та щодо яких не існують взагалі або існують обмежені можливості впливу.

Дослідження, аналіз та врахування впливу факторів зовнішнього середовища лежать в основі розробки будь-яких планів створення та розвитку бізнесу, визначають рівень привабливості тієї або іншої галузі.

Важливість дослідження та організації взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем важко переоцінити, оскільки середовище функціонування суб’єкта підприємництва є джерелом не тільки усіх видів його ресурсів, але й конструктивних і деструктивних впливів.

Взаємозв’язок між процесом формування цілей розвитку підприємства та факторами зовнішнього середовища найбільш вдало, на нашу думку, відобразив вітчизняний дослідник І. Р. Бузько (рис. 1.1).

***Зовнішнє середовище***

Макросередовище

Мікросередовище

- природне; - демографічне;

- соціальне; - економічне;

- екологічне; - політичне;

- міжнародне; - науково-технічне

- постачальники; - споживачі;

- посередники; - конкуренти;

- державні органи; - контактні

аудиторії;

- фінансово-кредитні установи

Процес формування стратегічних пріоритетних напрямків розвитку підприємства

Господарська діяльність підприємства

Рис. 1.1. Взаємозв’язок факторів зовнішнього середовища та процесу формування пріоритетів підприємства

На основі узагальнення поглядів вітчизняних і зарубіжних науковців виділимо основні, на нашу думку, характеристики зовнішнього середовища:

1) взаємозв’язок та взаємообумовленість факторів – характеризує силу, з якою зміна одного або декількох факторів середовища впливає на всі інші чинники;

2) складність – визначає кількість факторів і чинників, що характеризують середовище підприємства, а також ступінь варіативності кожного фактора;

3) рухливість середовища – це швидкість змін, що протікають у середовищі функціонування підприємства;

4) невизначеність зовнішнього середовища є похідною від тієї кількості інформації, яку має у своєму розпорядженні організація з приводу конкретного явища, а також рівня впевненості у достовірності цієї інформації;

5) передбачуваність – характеризує можливості спрогнозувати стан окремих складових зовнішнього середовища, а також їх сукупності в цілому;

6) керованість – відображає здатність до цілеспрямованого впливу на стан елементів середовища;

7) альтернативність варіантів розвитку середовища – визначає наявність певної кількості варіантів зміни факторів, що зумовлює здатність підприємства з деякою ймовірністю прогнозувати дію чинників у різних періодах.

З точки зору дослідження факторів зовнішнього середовища, важливою є його структуризація. Загальноприйнятим є поділ зовнішнього середовища на макросередовище та мікросередовище з огляду на можливості формування цілеспрямованого впливу на його чинники.

***Макросередовище*** включає сукупність факторів, які впливають на функціонування бізнесу, водночас, знаходяться поза зоною управлінського впливу керівництва суб’єкта бізнесу.

Найбільш детально стан зовнішнього середовища можна проаналізувати, виділяючи наступні групи факторів:

*1. Економічні* – відображають механізм формування та розподілу ресурсів у системі господарських зв’язків країни. До економічних відносяться такі чинники, як характер та особливості економічних процесів; система оподаткування та економічне законодавство; підтримка окремих галузей; динаміка ринку; інвестиційні та фондові процеси; характер конкурентних відносин; грошово-кредитна політика тощо.

*2. Політичні* – відображають загальний стан політичних процесів у країні. Основними політико-інституційними факторами є: стабільність уряду; ступінь державного втручання та регламентації економічних процесів; особливості адміністрування державного майна; рівень правової захищеності; провадження політики протекціонізму; міжнародна політика, імідж країни у світі; наявність корупції у державних структурах; показник економічної свободи країни тощо.

*3. Структурні* – відображають стан, характер і динаміку розвитку окремих галузей економіки.

*4. Науково-технічні* – характеризують стан розвитку науки та технології і відображають можливості підприємств щодо вдосконалення та модернізації. Ключовими чинниками даного компоненту є: «технологічні прориви»; характер «життєвого циклу» технологій; рівень науково-технічного розвитку країни в цілому та окремих галузей зокрема тощо.

*5. Природно-екологічні* – відображають стан навколишнього середовища та його вплив на діяльність підприємства. Основними природно-екологічними факторами вважаються: природно-кліматичні умови; наявність та розміщення природних ресурсів; стан екології; екологічне законодавство тощо.

*6. Фактори ресурсного забезпечення* – характеризують структурні співвідношення між національними та імпортними ресурсами, структуру експорту та імпорту ресурсів.

*7. Соціально-культурні* – відображають чисельність населення, його структуру, риси та характерні особливості (менталітет, звичаї, уподобання тощо). До цього ж компоненту зазвичай відносять діяльність профспілок.

*8. Фактори несподіванок стратегічного характеру.* Такі «несподіванки», тобто неочікувані зміни зовнішнього середовища, є особливістю, об’єк­тивно властивою середовищу певної країни, водночас, вони є функцією від наявності інформації.

*9. Міжнародні* – характеризують місце країни у міжнародних господарських зв’язках, поділі праці, спеціалізації тощо. Є похідною функцією від міжнародної політики уряду.

Іншою складовою зовнішнього середовища є ***мікросередовище*** – сукупність факторів, що знаходяться поза організацією, та щодо яких керівництво бізнесу має можливості обмеженого впливу шляхом встановлення ефективних комунікацій. Найбільш поширеним на сьогодні підходом до визначення факторів мікросередовища є ***запропонована М. Портером модель 5 сил***.

Згідно із зазначеною моделлю фактори мікросередовища доцільно поділити на 5 основних груп.

1. ***Наявний рівень конкуренції в галузі*** – визначає кількість існуючих конкурентів у певній галузі, характер та силу конкуренції, можливості окремих суб’єктів ринку впливати на поточну ринкову ситуацію. Інтенсивність наявної конкуренції формується, в основному, під впливом 4 ключових факторів: рівня попиту, структури галузі, рівня витрат на виробництво та бар’єрів виходу.
2. ***Загроза появи нових конкурентів*** – визначає можливості до входження на ринок інших суб’єктів бізнесу, які наразі не функціонують у визначеній галузі, проте можуть це зробити, чим підсилять рівень існуючої конкуренції у галузі. Загроза появи нових конкурентів, зазвичай, визначається вхідними бар’єрами визначеної галузі.
3. ***Ринкова сила постачальників*** – визначає можливості постачальників ресурсів впливати на умови функціонування бізнесу. Чим менше постачальників та чим більш унікальними є пропоновані ними ресурси, тим потенційно вищою є ринкова сила постачальників та тим сильніше вони визначають умови функціонування бізнесу.
4. ***Ринкова сила покупців*** – характеризує можливості споживачів щодо встановлення умов збуту продукції бізнесу. Аналогічно до попередньої групи чинників, чим меншою є кількість потенційних покупців, тим ширшими є їхні можливості до впливу на ціну продукції, порядок її постачання тощо.
5. ***Наявність товарів-субститутів*** (замінників) – характеризує наявність продукції інших галузей економіки, яка спрямована на задоволення тих самих потреб (наприклад, газовані напої та соки). Чим більшою є кількість товарів-замінників, тим інтенсивнішою є боротьба бізнесу за свого споживача.

Відмінною рисою факторів мікросередовища є наявність обмежених можливостей впливу керівництва суб’єкта бізнесу на зазначені чинники. Наприклад, не можна змусити споживача купувати конкретну продукцію, проте можна знайти інші ринки збуту, активізувати політику просування продукції та комунікаційну політику тощо. Аналогічно, можливим є пошук постачальників з більш вигідними пропозиціями, перехід в іншу ринкову нішу або взаємодія з конкурентами.

Порядок проведення аналізу мікросередовища за моделлю 5 сил М. Портера в цілому схожий до порядку проведення PEST-аналізу. Зокрема, передбачається формування експертної групи, ідентифікація та поділ факторів мікросередовища за визначеними групами, оцінювання характеру та сили їхнього впливу. Відповідно, недоліками є також високий рівень суб’єктивізму оцінок та високі вимоги до рівня кваліфікації та поінформованості потенційних експертів.

Умови сьогодення характеризуються високим рівнем складності та динамізму, водночас, жоден бізнес не може функціонувати та розвиватися без врахування відповідних зовнішніх умов. Кінець ХХ – початок ХХІ ст. відзначаються вагомими змінами суспільно-економічних відносин, що, у свою чергу, накладає відбиток на умови функціонування бізнесу. Основними тенденціями, що визначають умови функціонування вітчизняного бізнесу на сьогодні, є наступні:

* глобалізація;
* загострення конкурентної боротьби;
* інформатизація економічних відносин;
* персоніфікація споживчих запитів та зростання ринкової сили споживачів;
* зростання темпів науково-технічного прогресу;
* прискорення темпів змін зовнішнього середовища;
* пандемія короно вірусу;
* зростання ролі людського чинника.

Розглянемо більш детально зазначені тенденції.

Однією з ключових тенденцій, що формує найбільш вагомий вплив на умови функціонування бізнесу, є ***глобалізація***, яка проявляється у зростанні кількості та якості взаємозв’язків між економіками різних країн та посиленні світових інтеграційних процесів. Глобалізація, у свою чергу, також характеризується декількома основними проявами.

Одним з основних наслідків глобалізації є доступ до світових ринків та участь у світових економічних процесах. За даними Державної служби статистики України[[1]](#footnote-2), у січні-жовтні 2018 р. Україна здійснювала зовнішню торгівлю товарами з 164 країнами та залежними територіями світу. Такий доступ до зовнішніх ринків значно розширює можливості бізнесу з точки зору експорту товарів з одного боку та посилює конкурентні сили з точки зору імпорту закордонних товарів з іншого боку.

Наступним проявом глобалізації є вплив світових кризових процесів. Для прикладу досить згадати світову фінансову кризу 2007-2009 рр., яка розпочалася з банкрутства декількох вагомих фінансових установ США та в результаті вплинула майже на весь світ, враховуючи й Україну. Відтак, результатом глобалізації та відкритості вітчизняної економіки є зростання її вразливості до зовнішніх негативних впливів.

Важливою для вітчизняного бізнесу є участь у міжнародних організаціях, що відкриває можливості до міжнародної підтримки, пільгового фінансування, доступу до ринків тощо. Станом на 01.01.2019 р. Україна є членом 80 міжнародних організацій[[2]](#footnote-3) від загальносвітового рівня (наприклад, ООН, СОТ, МВФ тощо) до галузевих об’єднань (наприклад, Всесвітня організація охорони здоров’я, Всесвітній поштовий союз, Всесвітня метеорологічна організація тощо).

Результатом глобалізації є формування світового іміджу країни, що впливає, у свою чергу, на інвестиційну привабливість як країни в цілому, так і окремих бізнес-одиниць, доступ до пільгових кредитних ресурсів, можливості співробітництва. Наприклад, за Індексом економічної свободи Україна у 2018 р. посідає 147 місце зі 180 можливих[[3]](#footnote-4), за Глобальним Індексом конкурентоспроможності – 83 місце зі 140 можливих[[4]](#footnote-5), за Індексом легкості ведення бізнесу DoingBusiness – 76 місце зі 190 можливих[[5]](#footnote-6), за індексом сприйняття корупції – 120 місце зі 180 можливих[[6]](#footnote-7). Місце країни у зазначених та інших світових рейтингах формує значний вплив на її привабливість в очах потенційних іноземних інвесторів, визначає можливості до залучення додаткових фінансових ресурсів.

Наступною, не менш вагомою, тенденцією, що значно впливає на умови функціонування бізнесу, є ***загострення конкурентної боротьби***. Вагомими причинами такої тенденції є відкритість економіки країни та процес глобалізації, що позначаються у зростанні кількості імпортованих товарів на вітчизняному ринку. Іншою причиною є зниження платоспроможного попиту населення, що, у свою чергу, стимулює змагання виробників за кожного споживача. Вплив зазначеної тенденції обумовлює необхідність пошуку дієвих засобів цінової та нецінової конкуренції для забезпечення виживання бізнесу.

***Інформатизація економічних відносин*** характеризується двома проявами. По-перше, це зростання ролі соціальних мереж, що, у свою чергу, визначає необхідність модифікації засобів просування продукції та каналів комунікації зі споживачем. Іншим проявом є діджиталізація економічних відносин, тобто розвиток цифрової економіки. Зокрема, це позначається у зростанні обсягів торгівлі з використанням мережі Інтернет, обсягів грошового обороту з використанням цифрових технологій, розвитку криптовалют тощо. Підтвердженням вагомості зазначеної тенденції є схвалення Кабінетом Міністрів України Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 рр. (розпорядження № 67-р від 17.01.2018 р.).

***Персоніфікація споживчих запитів*** обумовлена розвитком технологій та удосконаленням виробництва. Якщо раніше в економіці домінував підхід, за яким необхідно було виробити максимальну кількість стандартизованої продукції з нижчими, ніж у конкурентів, витратами та цінами, то сьогодні споживач погоджується платити вищу ціну за індивідуальний підхід, ексклюзивність товару тощо. Відтак, виграє той виробник, який запропонує унікальний, відмінний від інших, адаптований до потреб споживача продукт. Іншою складовою даної тенденції є доступ споживачів за рахунок цифрових технологій та мережі Інтернет до значної кількості товарів по усьому світу, тобто нівелюється фактор географічної обмеженості ринку. Крім того, широкий доступ до інформації збільшив можливості споживачів до вибору, відтак, зросла їхня ***ринкова сила***.

***Зростання темпів науково-технічного прогресу*** особливо сильну роль відіграє у технологічних галузях. Швидкість розробки та впровадження нових технологій у масове виробництво значно зросли останнім часом, що визначає необхідність застосування інноваційного підходу в управлінні.

Важливою тенденцією, яка є похідною від усіх вище зазначених, є ***прискорення темпів змін зовнішнього середовища***. Якщо 30-50 років тому бізнес функціонував у відносно прогнозованих та стабільних умовах, то на сьогодні фактори зовнішнього середовища характеризуються високим динамізмом внаслідок зростання їх кількості та складності. Відтак, без розуміння ролі зовнішнього середовища, відстежування зміни його факторів та адаптації до нових умов функціонування бізнесу є значно ускладненим.

***Зростання ролі людського чинника*** обумовлено розвитком конкурентної боротьби. На сьогодні персонал підприємства з притаманними йому характеристиками, рівнем кваліфікації та професійної майстерності формує одну з найбільш вагомих конкурентних переваг бізнесу, яку складніше відтворити, ніж техніко-технологічні складові. Саме персонал виступає джерелом ідей для еволюційного розвитку, формування принципово нових технологій та підходів до організації бізнес-процесів.

**Список використаних джерел:**

1. Орлова К.Є. Управління бізнесом : підручник [Електронне видання]. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2019. 319 с. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7528/Управління%20бізнесом.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

2. Доброва Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навч. посібник. Одеса : ФОП «Бондаренко М.О.». 2018. 305 с. URL: [http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/ 123456789/7148/1/Основи%20бізнесу.pdf](http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/%20123456789/7148/1/Основи%20бізнесу.pdf).

3. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. 2021. 108 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf>.

4. Ємець О.І. Основи підприємництва : навчальний посібник. Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2012. 147 с.

5. Господарський Кодекс України

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua. [↑](#footnote-ref-2)
2. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/international-organizations/io-register. [↑](#footnote-ref-3)
3. Index of economic freedom 2018 [Electronic resource] / The Heritage Foundation. – Access mode: https://www.heritage.org/index/ranking. [↑](#footnote-ref-4)
4. The Global Competitiveness Report 2018 [Electronic resource] / World Economic Forum. – Access mode: http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/competitiveness-rankings. [↑](#footnote-ref-5)
5. Doing Business [Electronic resource] / International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. – Access mode: http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf. [↑](#footnote-ref-6)
6. Індекс сприйняття корупції-2018 [Електронний ресурс]/ Transparency International Ukraine. – Режим доступу: http://cpi.ti-ukraine.org/#/. [↑](#footnote-ref-7)