

Розділ 6. Пошук шляхів розвитку підприємницької діяльності в Україні

6.1. Теоретичні засади розвитку підприємництва в Україні

Запорукою зростання вітчизняної економіки та соціального розвитку є активізація підприємницької діяльності. Адже, підприємництво є рушійною силою впровадження інновацій, створенню робочих місць, пошуку нових ринків збуту, видів бізнесу тощо. Це відбувається завдяки реалізації основних функцій підприємництва: інноваційної, організаційної, ресурсної та мотиваційної. Так, головними характеристиками підприємця є:

- пошук та реалізація нових ідей, що втілено у виробництво нових товарів чи послуг;

- утворює нове підприємство та організує його діяльність;

- перетворює матеріальні, фінансові, трудові ресурси на суспільні блага;

- розробляє та впроваджує ефективну систему мотивації праці працівників.

Саме тому політекономіка характеризує підприємця як людину, що завдяки власній діяльності збагачується не лише сама, а й збільшує при цьому національне багатство, діючи за принципами раціонального розподілу ресурсів, мінімізації збитків, створення нових робочих місць. [21].

Підприємницька діяльність регулюється різними нормативно-правовими актами, основним з яких є Господарський кодекс України. Так, згідно до статті 42: «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». [9]. А, підприємницька діяльність характеризується такими ознаками, як самостійність, ініціативність, систематичність, власний ризик, та спрямованість на визначений результат – одержання економічних та соціальних результатів та отримання прибутку. [7].

Поряд з поняттям «підприємницької діяльності» в науковій та економічній літературі використовують поняття «господарська діяльність» та «господарська комерційна діяльність». Розглянемо

тотожність цих понять згідно чинного законодавства та науково-практичної літератури.

Так, під господарською діяльністю у стаття 3 Господарського кодексу України 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. А господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом, а суб'єкти підприємництва – підприємцями. [7].

Так, можна говорити, що господарська діяльність підприємств сьогодні це підприємництво в широкому розумінні цього слова.

Про тотожність понять «господарська комерційна діяльність» та «підприємництво» говорить Колісник Г. М., так у своїй публікації [12] він стверджує, що господарська комерційна діяльність або підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська одиниця, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Також підтвердженням змістовної схожості понять «підприємництво» та «господарська діяльність» є методологія статистичного аналізу Державної служби статистики України [19], де розділ «Розвиток підприємництва» включає дані суб'єктів господарювання та назва 4 глави Господарського кодексу України «Господарська комерційна діяльність (підприємництво)» [7].

Науковці у своїх публікаціях акцентують увагу, що підприємництво – це вільне економічне господарювання в різних сферах діяльності (крім заборонених законодавчими актами), здійснюване суб'єктами ринкових відносин з метою задоволення потреб конкретних споживачів і суспільства в товарах (роботах, послугах) та одержання прибутку (доходу), необхідних для розвитку власної справи (підприємства) і виконання фінансових обов'язків перед бюджетами й іншими господарюючими суб'єктами. [21].

Сьогодні підприємницьку діяльність класифікують за різними ознаками. Результати дослідження видів

підприємницької діяльності за сукупністю класифікаційних ознак зведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1.

Класифікація видів підприємницької діяльності [4; 7]

Класифікаційна ознака підприємництва	Вид підприємництва
1	2
За формою ініціативної діяльності	Виробнича діяльність
	Посередницька діяльність
За видом	Виробниче підприємництво
	Комерційне підприємництво
	Фінансове підприємництво
За метою і характером	Комерційне підприємництво
	Некомерційне підприємництво
За видами економічної діяльності	Промисловість
	Будівництво
	Оптова та роздрібна торгівля
	Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність
	Тимчасове розміщення й організація харчування
	Інформація і телекомунікації
	Фінансова і страхова діяльність
	Операції з нерухомим майном
	Сільське господарство
	Професійна, наукова і технічна діяльність
	Освіта
	Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги
	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок
Інші види	
За розміром	Мікропідприємництво
	Мале підприємництво
	Середнє підприємництво
	Велике підприємництво
За формою власності	Приватне
	Колективне
	Комунальне
	Державне
	Змішане
	Спільне комунальне

Продовження табл. 1.1

1	2
За належністю капіталу	Національне
	Іноземне
	Змішане (спільне)
За способом утворення (заснування) та формування статутного капіталу	Унітарне
	Корпоративне
За видом статуту	Стандартний статут
	Модельний статут
За організаційно-правовою формою	Одноосібне володіння
	Кооперативне володіння
	Господарське товариство
За ступенем самостійності	Головне підприємство
	Підпорядковане (Дочірнє, філія, представництво)

Підприємництво за формою ініціативної діяльності поділяється на:

здійснення виробничої діяльності (передбачає виробництво товару, продукції або послуг);

здійснення посередницької діяльності (до якого належить переміщення товарів від виробника до споживача, наприклад торгівля).

З точки зору національних інтересів виробнича діяльність має велике значення для створення матеріальних благ у суспільстві, тому має бути пріоритетною при формуванні стратегії розвитку вітчизняної економіки.

Підприємництво у процесі досягнення поставленої мети може займатися різними видами діяльності, а саме:

Виробниче підприємництво – це будь-яка діяльність, що включає процес створення матеріальних і суспільних благ, результатом якої є виробництво продукції, надання послуг та створення інших цінностей. Один з найскладніших видів підприємництва, вимагає суттєвих капіталовкладень, підготовки кваліфікованих кадрів та наукових досліджень і розробок тощо. Проте являє собою стратегічно важливою складовою державної

економічної політики, бо забезпечує вітчизняними товарами та послугами ринок.

Комерційне підприємництво – це посередницька діяльність, що формує процеси просування та передачі товарів чи послуг від виробника до покупця (споживача), з метою задоволення попиту та отриманню прибутку.

Комерційне підприємництво забезпечує встановлення збалансованого ринку, сприяє формуванню оптимальних пропорцій між виробництвом та суміжними сферами, виявляє попит на товари, стимулює виробниче підприємництво, здійснює ефективний товарний оборот, задовольняє потреби населення у товарах та послугах, стимулює діяльність суб'єктів ринку, робить відповідний внесок у формування доходів державного і місцевого бюджетів за рахунок сплати податків. [22]

Фінансове підприємництво – це діяльність, що передбачає здійснення фінансово-кредитних операцій, купівлі-продажу національної та іноземної валюти, цінних паперів тощо. Включає діяльність депозитних установ (кредитні спілки, комерційні банки), ощадні установи (страхові компанії, недержавні професійні фонди) та інвестиційні установи (інвестиційні фонди, інвестиційні банки). Фінансове підприємництво, мабуть найскладніший вид підприємництва, бо вимагає специфічних знань та наявність певних компетентностей від підприємця та можливостей отримувати достовірну і актуальну інформацію для прийняття рішень.

Діяльність фінансового підприємництва здійснюється на фінансовому ринку, що містить кілька сегментів (ринок фінансових послуг, грошовий ринок, кредитний ринок, ринок цінних паперів, валютний ринок тощо), де в межах обігу капіталу визначається їх спроможність фінансувати економічну діяльність та забезпечувати функціонування, тим самим впливаючи на розвиток економіки країни. [11]

До комерційного підприємництва належать суб'єкти господарської діяльності, головною метою яких є максимізації прибутку. На відміну від нього, некомерційне (соціальне) підприємництво створюють задля повного або часткового подолання соціальних проблем.

В Державній службі статистики України наведено класифікатор видів економічної діяльності, згідно якого будь-яку

підприємницьку діяльність можна віднести до конкретного категорії. [19]

Згідно статті 55 Господарського кодексу підприємницьку діяльність можна класифікувати в залежності від розміру [7]:

Мікропідприємництво – це фізичні або юридичні особи, у яких кількість працівників не перевищує 10 осіб, а річний дохід від будь-якої діяльності не більше 2 мільйонам євро

Мале підприємництво – це фізичні або юридичні особи у яких кількість працівників не перевищує 50 осіб, а річний дохід не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро.

Велике підприємництво це юридичні особи у яких середня кількість працівників перевищує 250 осіб та річний дохід перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро.

Інші суб'єкти господарювання належать до суб'єктів середнього підприємництва.

Існуючі форми власності зазначені в стаття 63 Господарського кодексу, до них належать [7]:

приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);

підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності);

комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;

державне підприємство, що діє на основі державної власності;

підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності);

спільне комунальне підприємство, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами - суб'єктами співробітництва.

Так, на 1. 12. 2020 р. кількість приватних підприємств в Україні склала 200127 од., а на 1. 12. 2013 р. – 278395 од., що відповідно на 29 % нижче. Відповідно на 1. 12. 2020 р. комунальні підприємства – 14172 од. (15006 од. у 1. 12. 2013 р.), державні підприємства – 3719 од. (5951 од. у 1. 12. 2013 р.), підприємства, що діють на основі колективної власності – 3324 од. (4490 од. у 1. 12. 2013 р.). [19] Таким чином, кількість

суб'єктів підприємництва усіх форм власності значно знизився з 2013 до 2020 р.

Стаття 63 Господарського кодексу [7] надає можливість виокремити ознаку класифікатора за належністю капіталу:

Національне підприємництво – господарська діяльність в статутному капіталі якого відсутні іноземні інвестиції.

Змішане (спільне) підприємництво – в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків.

Іноземне підприємництво – в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить сто відсотків.

В Україні на 1. 12. 2000 р. було 627 іноземних підприємств, які мали статус юридичної особи, а 1. 12. 2013 р. їх кількість складала 2112 од. [19], що безумовно свідчить про зниження інвестиційної привабливості країни. Це можна пояснити низкою причин, як економічних, так і політичних.

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу в Україні діють підприємства [7]:

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який призначається (обирається) засновником (наглядною радою такого підприємства у разі її утворення), керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства. Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника.

Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства. Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського

товариства, а також інші підприємства, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

Суб'єкти підприємницької діяльності можуть здійснювати свою діяльність на підставі звичайного статуту або модельного статуту.

Модельний статут – типовий установчий документ, затверджений Кабінетом Міністрів України, який використовується для створення та провадження діяльності юридичних осіб відповідних організаційно-правових форм, містить встановлені законом правила, що регулюють правовий статус, права, обов'язки та відносини, які пов'язані зі створенням, управлінням та провадженням господарської діяльності відповідних юридичних осіб. [26]

За організаційно-правовою формою в підприємництві виокремлюють :

1. Одноосібне володіння – це підприємство, власником якого є одна особа, що отримує весь дохід, відповідає особистим майном та бере на себе всі ризики. У США майже 80% усіх бізнесових організаційних структур є одноосібним володіннями, їхня частка становить приблизно 10-14% обсягу бізнесу [5].

2. Кооперативне володіння. Згідно статті 2 Закону України «Про кооперацію» кооператив – це юридична особа, утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування [8]

3. Господарське товариство. Відповідно до статті 80 Господарського кодексу до господарських товариств належать: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства. [7; 19]. Їх зміст розкриває на рис. 1.1.

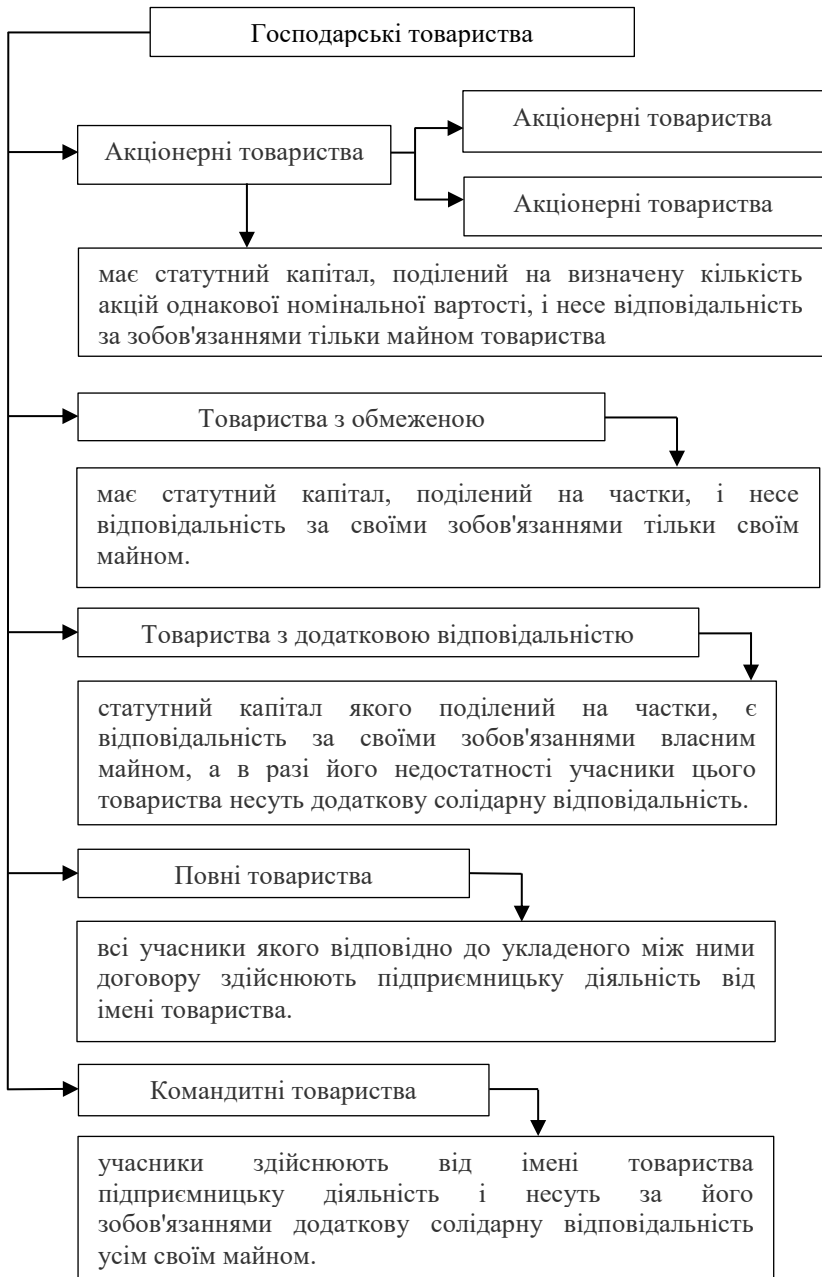


Рис. 1.1. Види господарських товариств [7; 19]

Серед юридичних осіб в Україні акціонерні товариства складають 13752 од. (дані на 1. 12. 2020 р.), товариства з обмеженою відповідальністю – 704389 од., товариство з додатковою відповідальністю од., товариств з додатковою відповідальністю – 1513, повних товариств – 1307 од., командитних товариств – 371 од. [19] Таким чином, структура господарських товариств показує, що найбільша кількість, а саме 97 % становлять товариства з обмеженою відповідальністю та 2 % акціонерні товариства, а інші види складають менше ніж 1 %.

Також підприємницьку діяльність класифікують за ступенем самостійності, так за даними Державної служби статистики України на 1. 12. 2020 р. в країні 49275 філій та 5188 представництв, які умовно можна вважати підпорядкованими головним підприємствам. [19]

Суб'єкти підприємництва також можуть мати фору об'єднань [16]:

Асоціація – добровільне об'єднання осіб або організацій у союз, спілку, угруповання тощо на основі взаємовигідної співпраці за збереження правової й майнової самостійності для досягнення спільної мети.

Концерн – об'єднання підприємств різних галузей, учасники якого втрачають власність на засоби і вироблений продукт, а головна фірма здійснює за іншими учасниками об'єднання фінансовий контроль.

Корпорація – об'єднання, яке створюється на основі поєднання виробничих інтересів, з делегуванням окремих повноважень кожного із учасників.

Консорціум – тимчасове об'єднання великих підприємств для спільного здійснення фінансових операцій, масштабних капіталомістких проектів, у тому числі міжнародних.

Кількість зазначених об'єднань в Україні на 1. 12. 2020 р. становила: асоціації – 2483 од., корпорації – 554 од., консорціуми – 101 од., концерни – 186 од. [19]

Проведене узагальнення існуючих точок зору, щодо класифікації надало можливість встановити, що суб'єкти підприємницької діяльності можуть обирати різні форми та види для здійснення своєї діяльності. Запропоновану класифікацію доцільно використовувати не лише при започаткуванні нового бізнесу, а і у ході її розвитку, щоб розуміти, які наслідки та

можливості може мати вибір тієї чи іншої організаційно-правової форми господарювання, належність до повної групи суб'єктів підприємництва тощо.

6.2. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні

Розвиток підприємництва сприяє вирішенню цілого кола проблем не лише економічних, но і соціальних. Так, світовий досвід засвідчує, що одним із ключових стратегічних факторів стабільного розвитку країни й досягнення належного рівня та якості життя населення є формування сучасного цивілізованого підприємництва. [10]. Тому дослідження тенденцій, структурних змін та особливостей розвитку підприємницької діяльності в Україні є важливим й актуальним завданням сьогодення. Таке дослідження доцільно проводити з урахуванням наступних напрямів:

1. Аналіз динаміки кількості суб'єктів підприємницької діяльності;
2. Аналіз структури суб'єктів підприємницької діяльності;
3. Аналіз тенденцій зміни значення індексу легкості ведення бізнесу;
4. Аналіз структури кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності;
5. Аналіз динаміки обсягів реалізованої продукції;
6. Аналіз структури обсягів виробленої продукції суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності;
7. Аналіз динаміки кількості зайнятих працівників;
8. Аналіз динаміки кількості найманих працівників;
9. Аналіз динаміки капітальних інвестицій суб'єктів підприємницької діяльності;
10. Аналіз динаміки фінансових результатів суб'єктів підприємницької діяльності.

Статистичні дані свідчать, що у 2019 році кількість суб'єктів господарської діяльності становила 1941625 одиниць, а 80,3 % з них займають фізичні особи-підприємці, що дорівнює 1941625 одиниць.

Динаміку кількості суб'єктів господарської діяльності наведено в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Динаміка кількості діючих суб'єктів підприємницької діяльності у 2013-2019 роках (складено за даними [19])

Показники	Період, рр.						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість суб'єктів господарювання, од.	1722070	1932161	1974318	1865530	1805059	1839593	1941625
Темпи росту (відносно до попереднього року), %	107	112	102	94	96	101,9	105,5
з них фізичні особи-підприємці, од.	1328743	1591160	1630878	1559161	1466803	1483716	1561028
Темпи росту (відносно до попереднього року), %	107	119	102	95	94	101	105

Так, згідно наведених даних у табл. 1.2. видно, що кількість суб'єктів підприємницької діяльності протягом періоду, що було проаналізовано не зазнала значних змін. Проте спостерігались незначні коливання, а саме: у період 2013-2015 рр. кількість діючих суб'єктів господарювання збільшилась на 222548 одиниць, що у відносному виразі становило 14 %, при цьому найбільший приріст відбувся у 2015 р. – 12%. Незначне зниження кількості діючих суб'єктів господарювання спостерігається протягом 2016-2017 рр. – зниження на 6% і 4 % відповідно, проте, починаючи з 2018 р. простежується позитивна динаміка, приріст складає 1,9%. Така тенденція зберігається і в 2019 р., так, кількість суб'єктів підприємницької діяльності зростає на 5,5%.

Тенденції кількості суб'єктів господарювання близькі з точки зору коливань, рис. 1.2.

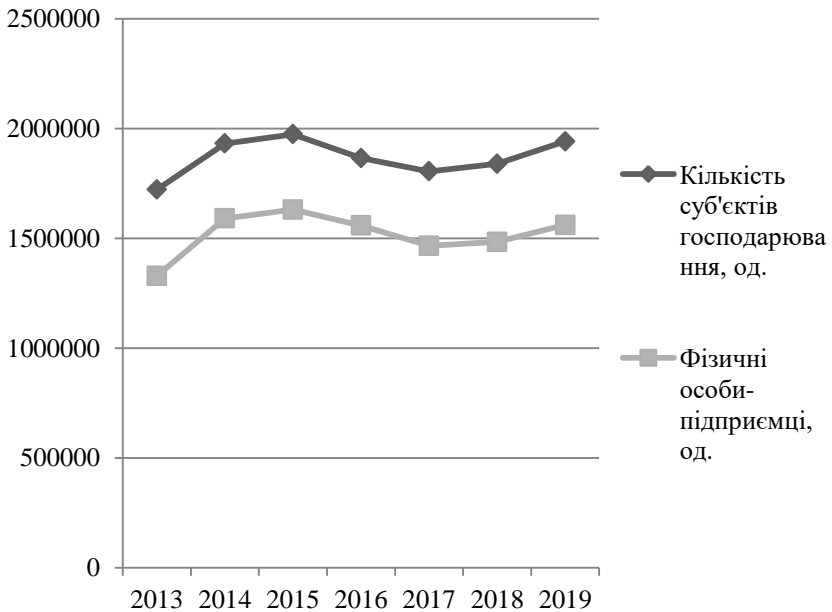


Рис. 1.2. Кількості діючих суб'єктів підприємницької діяльності у 2013-2019 роках (складено за даними [19])

Отже, згідно даних табл. 1.2 та рис. 1.2 можна зробити висновок, що кількість фізичних осіб-підприємців має позитивну динаміку, а незначні зниження кількості одиниць, на рівні 5% у продовж 2016-2017рр., відповідає загальній тенденції в країні.

У структурі вітчизняного підприємництва за розміром підприємств у 2019 р. частка фізичних осіб-підприємців становила приблизно: 80,39 %, малих підприємств – 18,66%, середніх – 0,9 % і великих – 0,027 %, наочне зображення представлено на рис. 1.3.

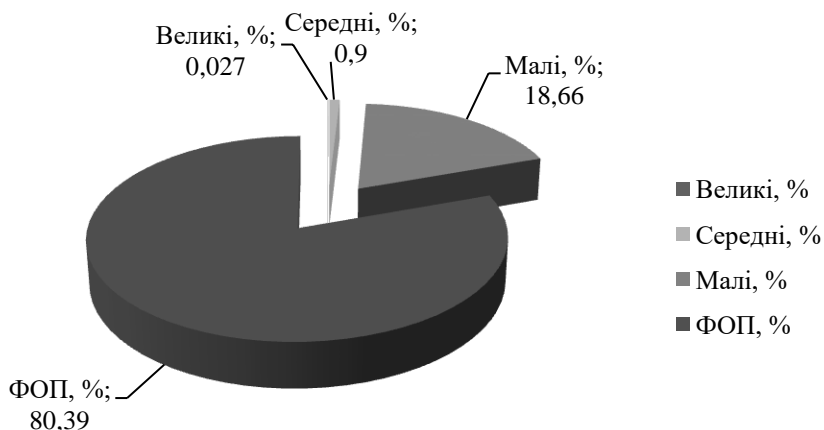


Рис. 1.2. Структура діючих суб'єктів підприємницької діяльності у 2019 році (складено за даними [19])

Для аналізу структури суб'єктів підприємницької діяльності, в залежності від розміру, розглянемо динаміку її змін, дані приведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Структура діючих суб'єктів підприємницької діяльності у 2013-2019 роках (складено за даними [19])

Показники	Період, рр.						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Суб'єкти підприємницької діяльності, %	100	100	100	100	100	100	100
Великі, %	0,038	0,025	0,021	0,02	0,022	0,024	0,026
Середні, %	1,09	0,82	0,77	0,79	0,8	0,87	0,91
Малі, %	21,7	16,79	16,6	15,6	17,88	18,44	18,66
ФОП, %	77,1	82,35	82,6	83,57	81,26	80,65	80,39

Таким чином, протягом 2013-2019 рр. структура підприємництва в Україні дещо змінювалась. Так, питома вага великих підприємств мала тенденцію до зниження, наприклад, частка великих підприємств у структурі знизилась з 0,038% – 2013 р. до 0,026% у 2019 р. При аналізі змін структури доцільно розглянути динаміку змін у абсолютному виразі, яку представлено на рис. 1.3.

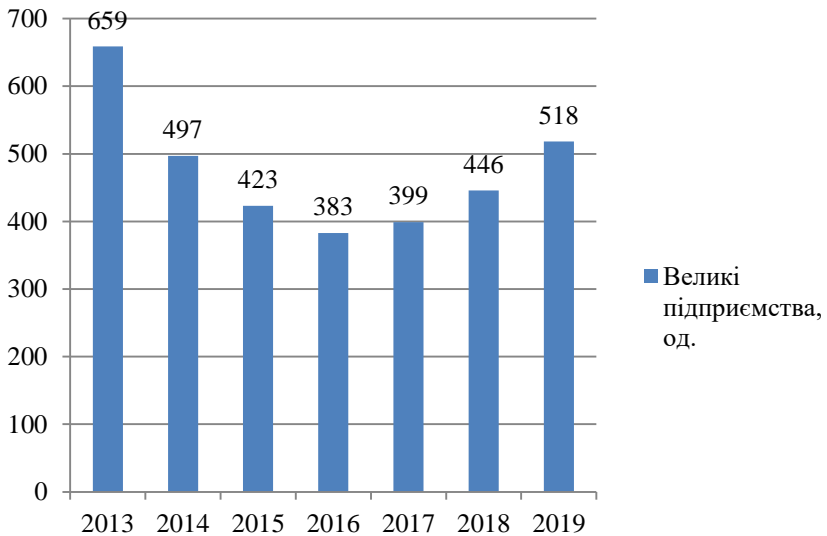


Рис. 1.3. Кількість великих підприємств в Україні у 2013-2019 роках, од.

Отже, згідно рис. 1.3. у 2013 р. кількості великих підприємств була найвищою і складала 659 одиниць, в той же час питома вага у структурі підприємництва України становила 0,038 % – згідно даних табл. 1.3. Аналогічні тенденції спостерігались і в інші періоди, що аналізуються, а саме: найнижче значення кількості великих підприємств зазначено у 2016 р. – 383 одиниці, у той же час, частка великих підприємств становила 0,2 %, що також є найнижчим значенням. Позитивна динаміка простежується починаючи з 2017 р. та зберігається до 2019 р. включно, про що свідчить приріст кількості великих підприємств на 119 одиниць, що відповідає приросту майже в 30 %.

Слід відзначити, що збільшення кількості великих підприємств свідчить про ефективність підприємницької діяльності. Тому що характеризує розвиток вітчизняної економіки, це відбувається за рахунок отримання податків та наповнення бюджету країни, створення робочих місць, розробки і впровадження нововведень тощо.

Якщо розглядати найвагомішу частку в структурі підприємництва України, то можна простежити тенденцію до збільшення кількості фізичних осіб-підприємців у продовж 2013-2019 рр., див. рис. 1.4.

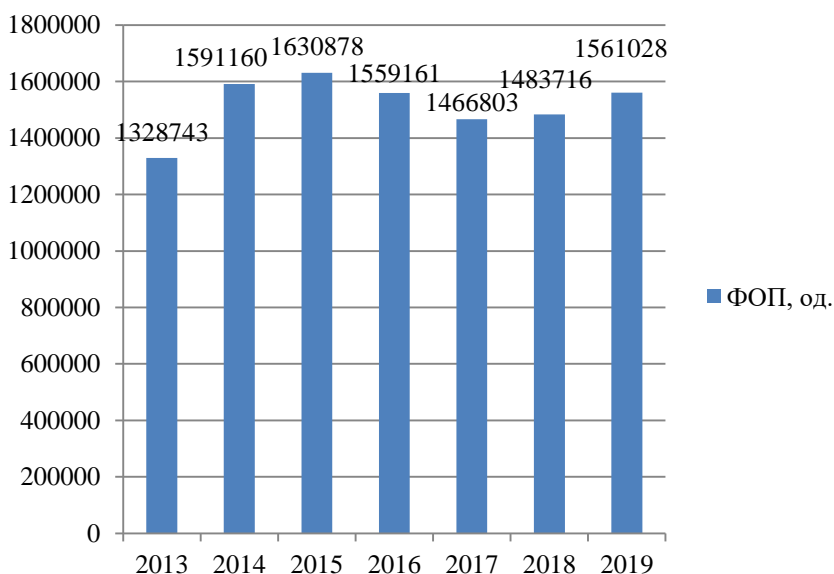


Рис. 1.4. Кількість фізичних осіб-підприємців у 2013-2019 рр., од.

Так, протягом періоду, що аналізується зберігається позитивна динаміка кількості діючих ФОП. Це безумовно свідчить про орієнтацію економічної політики на розвиток малого підприємництва. Для встановлення причин збільшення кількості малих підприємств та ФОП доцільно розглянути зміни в умовах ведення бізнесу. Тому необхідно розглянути показник легкості ведення бізнесу, який розраховує Світовий банк у виді

узагальнюючого інтегрального показника – Ease of doing business Index. До рейтингу входять дані 190 країн Світу. [2; 18]. Складові інтегрального показника Doing Business представлено на рис. 1.5.



Рис. 1.5. Складові системи індикаторів Doing Business

Місце України у рейтингу сприятливості умов ведення бізнесу представлено у табл. 1.4. При побудові рейтингу Doing business використовують значення DTF score – це відстань від передового рубіжу. Під передовим рубіжем розуміють максимальне значення за кожним показником серед усіх країн починаючи з 2005 року [3]. Проте слід врахувати при аналізі динаміки рейтингу, що методологію розрахунку дещо змінювали за час існування рейтингу. У 2013р. індекс легкості ведення бізнесу враховував не десять складових, а одинадцять, додатково враховували показник – найму працівників, який відображав гнучкість регулювання найму працівників. Також могла змінюватися ситуація в інших країнах, наприклад, якщо погіршиться значення індексу в країні, яка займає вищу сходинку в рейтингу, то Україна зможе підвищити своє місце у рейтингу, но при цьому не покращивши реальні умови легкості ведення бізнесу.

Таблиця 1.4

Значення індексу легкості ведення бізнесу у 2013-2019 роках (складено за даними [18])

Показники	Період, рр.						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Місце України у рейтингу	137	112	96	83	80	76	71
Показник відстані від передового рубежу (DTF)	60,1	61,3	61,52	63,04	63,9	65,75	69.1

Слід відзначити, що позитивна динаміка рейтингу сприятливості умов легкості ведення бізнесу в Україні зберігається і в 2020 р., такі дані оприлюднено Всесвітнім Банком. Так, у порівнянні з 2019 р. вдалося піднятися на 7 сходинок та зайняти 64 місце. Для аналізу чинників, що сприйняли покращенню умов легкості ведення бізнесу доцільно розглянути показники відстані від передового рубежу та порівняти їх за два роки. На рис. 1.6. представлено пелюсткову діаграму складових системи індикаторів Doing Business.



Рис. 1.6. Складові системи індикаторів Doing Business

Отже, згідно рис. 1.6. у 2020 році спрощено процедуру отримання дозволу на будівництво, який враховує такі аспекти, як складність процедури на отримання дозволу, витрати часу та вартість послуг. Також спрощено процес підключення до систем енергопостачання, що передбачає спрощення процедури отримання дозволу на підключення, зниження часу та вартості. Підвищилися показники, що характеризують рівень розвитку міжнародної торгівля це стосується, по-перше, оформлення документації, необхідні для здійснення зовнішньоекономічних операцій, витрати часу та вартість на їх оформлення. Також

покращилось значення індикатора прав міноритарних інвесторів у порівнянні з даними 2019 р. Інші значення індикаторів сприятливості легкості ведення бізнесу залишилися на тому ж рівні.

Для того щоб оцінити, як реально вплинуло покращення умов легкості ведення бізнесу на розвиток підприємницької діяльності в Україні розглянемо динаміку кількості фізичних осіб-підприємців з урахуванням їх структури, дані наведено у табл. 1.5 – табл. 1.6.

Порівнюючи динаміку рейтингу сприятливості легкості ведення бізнесу та динаміку кількості фізичних осіб-підприємців можна побачити спільні та від'ємні тенденції. До спільного належить приріст у 2013-2015 рр. кількості на рівні від 2,5% до 7,6%, а також у 2018-2019 рр. на рівні 1,15% та 5,2% відповідно.

Слід відмітити, що найвищі коливання спостерігаються серед суб'єктів середнього підприємництва, так, у 2014 р. можна простежити значне збільшення, темпи росту становили 202,8%, що свідчить про різкій підйом в підприємстві. Також це може означати, що частина малих підприємств перейшли до групи середніх за рахунок збільшення обігу тощо.

Проте вже у 2015 р. кількість середніх підприємств знову різко знижується і становить 307 одиниць, що безумовно є негативним моментом для розвитку вітчизняної економіки, бо говорить про складність розвиватися та набирати обороти фізичним особам-підприємцям. Також це може бути пов'язано з податковим навантаженням, через яке підприємця демотивує перехід в іншу групу. Взагалі аналіз динаміки середніх підприємств показує відсутність прямого зв'язку з показником сприятливості умов легкості ведення бізнесу.

Схожа ситуація відбувається і з суб'єктами малого підприємництва, у 2013-2015 рр. спостерігається зниження кількості, але починаючи з 2016 р. можна побачити приріст на 46,6 %, який зберігається і в 2017-2018 р.

Найкраща ситуація складається з мікро-підприємством, так, у продовж 2013-2015 рр. кількість поступово збільшується. Незначне зниження темпів росту відбувається у період 2016-2017 рр., але вже у 2018 р. кількість суб'єктів мікро-підприємства має позитивну динаміку.

Таблиця 1.5

Динаміка діючих фізичних осіб-підприємців у 2013-2019 роках (складено за даними [19])

Показники	Період, рр.						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість фізичних осіб-підприємців, од.	1328743	1591160	1630878	1559161	1466803	1483716	1561028
Темпи росту (відносно до попереднього року), %	107,6	119,75	102,5	95,6	94,08	101,15	105,2
Суб'єкти середнього підприємництва, од.	351	712	307	281	317	419	378
Темпи росту (відносно до попереднього року), %	96,96	202,8	43,1	91,5	112,8	132,17	90,2
Суб'єкти малого підприємництва, од.	9689	9483	3982	5839	7506	11332	10017
Темпи росту (відносно до попереднього року), %	78,4	97,87	42	146,6	128,5	150,97	88,4
Суб'єкти мікро-підприємництва, од.	1318703	1580965	1626589	1553041	1458980	1471965	1550633
Темпи росту (відносно до попереднього року), %	107,7	119,9	102,9	95,5	93,9	100,9	105,3

Також можна стверджувати про схожі тенденції між індексом сприятливості легкості ведення бізнесу і позитивною динамікою кількості суб'єктів мікро-підприємництва. Структура діючих фізичних осіб-підприємців у 2013-2019 роках наведено у табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Структура діючих фізичних осіб-підприємців у 2013-2019 роках (складено за даними [19])

Показники	Період, рр.						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість фізичних осіб-підприємців, %	100	100	100	100	100	100	100
Суб'єкти середнього підприємництва, %	0,026	0,045	0,02	0,02	0,021	0,028	0,024
Суб'єкти малого підприємництва, %	0,73	0,6	0,24	0,37	0,51	0,76	0,64
Суб'єкти малого підприємництва, %	99,24	99,36	99,74	99,6	99,46	99,2	99,3

Отже, згідно даних табл. 1.6 протягом періоду 2013-2019 рр. структура кількості фізичних осіб-підприємців майже не змінювалась. Так, кількість суб'єктів мікро-підприємництва складає приблизно 99%, суб'єктів малого підприємництва – 0,6 %, а середнього підприємництва – 0,02 %. Така структура є безумовно негативним моментом для вітчизняної економіки, тому що підприємництво не має тенденцій до розвитку.

Таблиця 1.7

Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2019 році (складено за даними [19])

Вид економічної діяльності	Суб'єкти підприємства							
	суб'єкти великого підприємства, од.	у % до загальної кількості	суб'єкти середнього підприємства, од.	у % до загальної кількості	суб'єкти малого підприємства, од.	у % до загальної кількості	суб'єкти мікропідприємства, од.	у % до загальної кількості
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Разом	518	100	18129	100	1922978	100	1864013	100
у тому числі:								
сільське, лісове та рибне господарство	34	6,56	2285	12,6	73131	3,8	67627	3,62
промисловість	258	49,8	5110	28,18	124956	6,5	113882	6,1
будівництво	11	2,12	924	5,09	55920	2,91	50731	2,7
оптова та роздрібна торгівля	155	29,9	3346	18,45	830658	43,19	815330	43,7
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	29	5,59	1219	6,72	94987	4,94	90976	4,88

Продовження табл. 1.7

1	2	3	4	5	6	7	8	9
тимчасове розміщення й організація харчування	3	0,57	304	1,67	69382	3,6	66435	3,56
інформація і телекомунікації	9	1,74	360	1,98	205778	10,7	203795	10,93
фінансова і страхова діяльність	5	0,96	293	1,61	9712	0,51	9101	0,48
операції з нерухомим майном	2	0,38	441	2,43	97918	5,09	94960	5,09
професійна, наукова і технічна діяльність	7	1,35	593	3,27	134200	6,98	131547	7,05
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	3	0,57	883	4,87	52901	2,75	49478	2,65
освіта			55	0,3	15374	0,8	14923	0,8
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1	0,19	2169	11,96	28824	1,49	26991	1,44
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	1	0,19	103	0,56	15064	0,78	14581	0,78
надання інших видів послуг			44	0,24	114173	5,93	113656	6,09

У 2019 р. за видами економічної діяльності, як видно з табл. 1.7, пріоритетною сферою суб'єктів великого підприємництва була промисловість, питома вага кількості у ній, складала 49,8 %. Далі йде оптова та роздрібна торгівля – 29,9 % і сільське, лісове та рибне господарство – 6,56 %.

На відміну від суб'єктів великого підприємництва, структура середнього підприємництва розділена на відносно рівні частки і охоплює більше видів економічної діяльності. І хоча, згідно табл. 1.7 у 2019 р. пріоритетною сферою для суб'єктів середнього підприємництва є промисловість, питома вага якої складає 28,18 %, це на 21,62 % нижче аналогічного показника великого підприємництва.

Наступною за значущістю у структурі суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності є оптова та роздрібна торгівля – 18,45 %, що нижче аналогічного показника великого підприємництва на 11,45 %. Далі у структурі знаходяться: сільське, лісове та рибне господарство – 12,6 %, охорона здоров'я та надання соціальної допомоги – 11,96 % і транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – 6,72 %.

Структура кількості суб'єктів малого та мікропідприємництва відрізняється від великого та середнього підприємництва, рис. 1.7. Перш за все тим, що найбільшу частку в структурі займає оптова торгівля – 43 %, а промисловість лише 6,5 %, рис. 1.7. Також впливовою часткою структури є інформація і телекомунікації – 10 %. Далі можна виокремити інші види послуг (6 %) та операції з нерухомим майном (5 %).

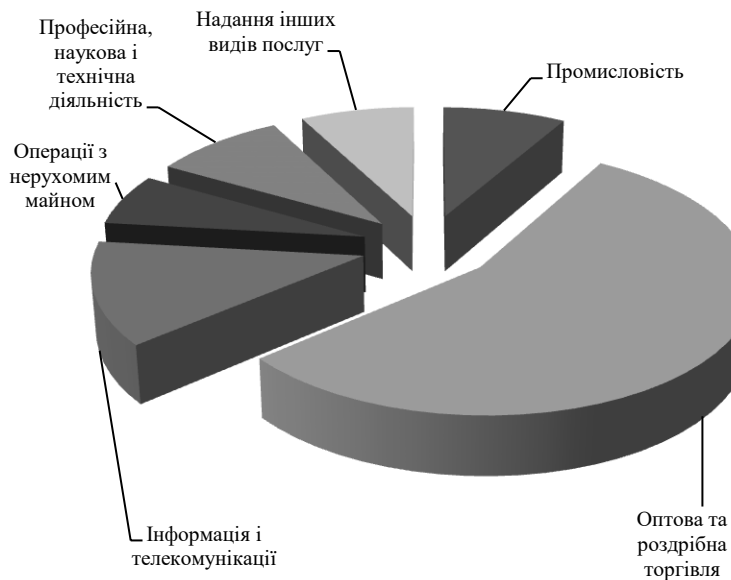


Рис. 1.7. Структура суб'єктів малого та мікропідприємництва у 2019 р., % (складено за даними [19])

Отже, можна зробити висновок про необхідність підтримки великого підприємництва, через те, що саме вони забезпечують найбільшу частину виробництва в Україні. Для підтвердження цього твердження необхідно розглядати не лише кількість суб'єктів підприємництва, що належать до промислової галузі, а також обсяги реалізованої продукції, наведено в табл. 1.8.

Таблиця 1.8

Структура обсягів виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності у 2019 році (складено за даними [19])

Вид економічної діяльності	Суб'єкти підприємництва							
	суб'єкти великого підприємництва, млн. грн.	у % до загальної кількості	суб'єкти середнього підприємництва, млн.грн	у % до загальної кількості	суб'єкти малого підприємництва, млн. грн	у % до загальної кількості	суб'єкти мікропідприємництва, млн. грн.	у % до загальної кількості
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Разом	2324559,8	100	2196648,52	100	1448995,93	100	1081285,44	100
у тому числі:								
сільське, лісове та рибне господарство	80991,85	3,48	312694,14	14,23	242975,46	16,76	89744,25	8,30
промисловість	1606337,1	69,1	1032506,22	47	295145,89	20,36	95730,32	8,85
будівництво	33702,27	1,45					89949,26	8,32
оптова та роздрібна торгівля	272234,16	11,7	448498,09	20,41	423587,45	29,23	275623,35	25,49

Продовження табл. 1.8

1	2	3	4	5	6	7	8	9
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	267545,22	11,5	154814,34	7,04	146132,19	10,08	81841,53	7,57
тимчасове розміщення й організація харчування					39213,96	2,7	30184,38	2,79
інформація і телекомунікації	63749,17	2,74	72121,67	3,28	199389,66	13,7	163245,49	15,10
фінансова і страхова діяльність					25791,80	1,78	10495,10	0,97
операції з нерухомим майном			49423,60	2,25			79481,30	7,35
професійна, наукова і технічна діяльність			71008,77	3,23			97612,43	9,03
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування					68528,77	4,72	41560,53	3,84

Закінчення табл. 1.8

1	2	3	4	5	6	7	8	9
освіта			2182,78	0,1			6262,40	0,58
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги			48296,27	2,19			8745,62	0,81
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок			5102,66	0,23			8721,92	0,81
надання інших видів послуг							2087,54	0,19

Структура обсягів виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів великого підприємництва показує, що промисловість у 2019 р. складає 69,1 %. При цьому, якщо розглянути питому вагу кількості суб'єктів великого підприємництва (49,8 %), що наведена вище, можна зробити висновок про високу ефективність діяльності зазначеної галузі.

Також, можна виокремити структуру мікропідприємництва серед інших суб'єктів, тому що вона є найширшою з точки зору обсягів виробленої продукції (товарів, послуг). Найбільшу питому вагу в структурі займає оптова та роздрібна торгівля – 25,49 %, хоча кількість суб'єктів мікропідприємництва в зазначеній сфері значно більше (43,7 %).

Для оцінки економічних результатів діяльності суб'єктів підприємництва доцільно розглянути обсяг реалізованої продукції, (товарів, послуг) у динаміці, рис. 1.8.

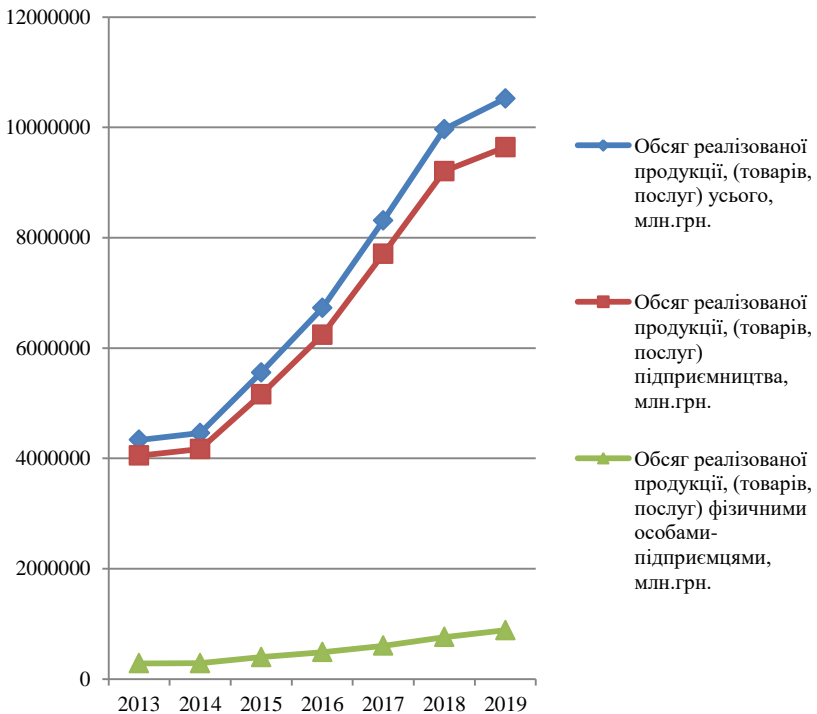


Рис. 1.8. Обсяг реалізованої продукції, (товарів, послуг) у період 2013-2019 рр., млн. грн. (складено за даними [19])

Отже, статистичні дані свідчать про позитивну динаміку обсягів реалізованої продукції, як підприємства, так і фізичними особами-підприємцями. Тобто, можна говорити, про стабільний приріст та розвиток суб'єктів підприємництва. Проте, слід враховувати, що для більш точної і об'єктивної оцінки необхідно враховувати і рівень інфляції.

Також, дані рис. 1.8 свідчать, що обсяги реалізованої продукції, (товарів, послуг) серед фізичних-осіб підприємців мають найнижчі темпи проросту, що свідчить про недостатні темпи розвитку малого бізнесу.

Окрім аналізу структури кількості суб'єктів господарювання і обсягів реалізованої продукції, (товарів, послуг) доцільно розглянути чисельність зайнятого населення в залежності від розміру підприємств, дані наведено у табл. 1.9.

Таблиця 1.9

Кількість зайнятих працівників (складено за даними [19])

Період, роки	Кількість зайнятих працівників, тис. осіб								
	підприємства				у тому числі фізичних осіб-підприємців				
	Разом	суб'єкти великого підприємництва	суб'єкти середнього підприємництва	суб'єкти малого підприємництва	з них суб'єкти мікропідприємництва	Разом	суб'єкти середнього підприємництва	суб'єкти малого підприємництва	з них суб'єкти мікропідприємництва
2013	12052	2384	3054	4291	2915	2323	42	2280	2063
2014	11295	1915	2766	4115	2977	2498	70	2428	2120
2015	10470	1709	2633	3839	2879	2290	28	2262	2253
2016	10416	1587	2650	3872	2815	2307	27	2280	2187
2017	10469	1561	2624	3956	2875	2328	31	2297	2172
2018	11105	1574	2784	4174	3033	2573	40	2533	2160
2019	11628	1608	3090	4320	3169	2610	37	2573	2329

Динаміка кількості зайнятих працівників за період з 2013 по 2019 рр. мала тенденції до зниження. Зниження у 2016 р.

становило 14 %, проте потім спостерігається поступове зростання та у 2019 р. скорочення загальної кількості зайнятих працівників менше лише на 4 %.

Кількість зайнятих працівників у великому підприємстві поступово скорочувалась. Так, зниження кількості зайнятих працівників становило – 776 тис. осіб або 67,4 %. Це можна пояснити декількома причинами, а саме: скороченням кількості суб'єктів великого підприємства, підвищенням продуктивності праці, зниження собівартості за рахунок скорочення чисельності персоналу тощо. Кількість зайнятих працівників серед суб'єктів малого та мікропідприємства має позитивну динаміку та найбільшу питому вагу у структурі підприємств в залежності від розміру.

У сфері малого та середнього підприємства, за результатами 2019 р., працювало 7,4 млн осіб, з яких 41,7 % найманих працівників працювало на середніх підприємствах, 58 % – на малих підприємствах.

Згідно табл. 1.9 у структурі зайнятості населення у 2019 р. порівняно з 2013 р. спостерігається зменшення частки найманих працівників, що задіяні на підприємствах на користь фізичних осіб-підприємців, приріст яких становив 12,6 %.

На рис. 1.9 представлено порівняльний аналіз темпів зростання кількості суб'єктів господарювання та темпи зростання зайнятих працівників.

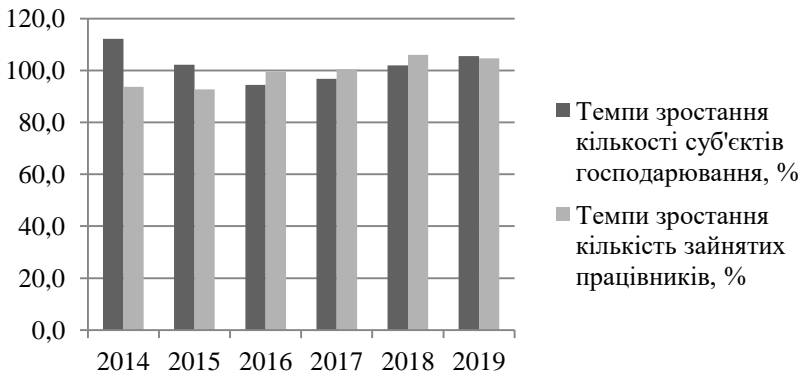


Рис. 1.9. Динаміка кількості суб'єктів господарювання та зайнятих працівників у 2014-2019 рр., % (складено за даними [19])

Кількість найманих працівників у суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємства за видами економічної діяльності у 2010-2019 роках представлено у табл. 1.10.

Таблиця 1.10

Кількість найманих працівників (складено за даними [19])

Період, роки	Кількість найманих працівників, тис. осіб								
	підприємства				у тому числі фізичних осіб-підприємців				
	Разом	суб'єкти великого підприємства	суб'єкти середнього підприємства	суб'єкти малого підприємства	з них суб'єкти мікропідприємства	Разом	суб'єкти середнього підприємства	суб'єкти малого підприємства	з них суб'єкти мікропідприємства
2013	9273	2384	3052	2844	1536	994	42	952	801
2014	8007	1915	2764	2421	1299	907	69	838	672
2015	7097	1709	2631	2098	1148	659	28	632	561
2016	7210	1587	2648	2227	1184	748	27	721	619
2017	7437	1561	2622	2393	1327	861	30	831	701
2018	8049	1574	2782	2603	1480	1089	40	1049	857
2019	8340	1608	3087	2596	1466	1049	37	1013	840

Загальна чисельність найманих працівників протягом періоду з 2013 до 2019 рр. скоротилось на 933 тис. осіб, це становить 10 %, що безумовно має негативні економічні та соціальні наслідки для вітчизняної економіки. Адже така динаміка може вказувати на скорочення робочих місць, підвищення рівня безробіття, скорочення грошових надходжень у бюджет за рахунок зниження податків на заробітну плату тощо. Розглянемо структуру кількості найманих працівників, з урахування розмірів підприємства, для виявлення причин їх скорочення.

Суб'єкти великого підприємства у 2019 р. скоротили кількість найманих працівників (-776 тис. осіб або -32 %) у порівнянні з 2013 р. Як показує аналіз проведений вище, це

відбулося за рахунок зниження кількості суб'єктів великого підприємництва.

Також, слід відзначити, що така негативна динаміка безумовно впливає на зниження загальної кількості найманих працівників. При цьому кількість найманих працівників серед інших видів підприємництва знизилась не так суттєво, наприклад, суб'єкти малого підприємництва на 9 %, а у середньому підприємстві відбулося зростання на 1 %. Також відбувся приріст на 5 % серед фізичних осіб-підприємців.

У цілому за період 2013–2019 рр. відбувається скорочення як кількості великих підприємств, так і кількості зайнятих і найманих працівників. Однак кількість зайнятих працівників скоротилася суттєвіше. Така тенденція свідчить про скорочення чисельності працівників можливо по причинах підвищення продуктивності праці, адже обсяги реалізованої продукції мають позитивну динаміку.

Для розвитку підприємницької діяльності необхідні капітальні інвестиції. Згідно Податкового кодексу України від 02.12.2010 N 2755-VI капітальні інвестиції – це господарські операції, що передбачають придбання будинків, споруд, інших об'єктів нерухомої власності, інших основних засобів і нематеріальних активів, що підлягають амортизації відповідно до норм Податкового Кодексу України.

Інвестиційна привабливість суб'єктів господарювання безумовно залежить від гарантій, які отримують інвестори. Саме тому, як вже було зазначено вище, до системи індикаторів сприйняття легкості ведення бізнесу.

Згідно класифікації Державного комітету статистики капітальні інвестиції в підприємницькій діяльності поділяють на матеріальні (інвестиції в землю; в існуючі будівлі та споруди; у будівництво та перебудову будівель; у машини та обладнання) та нематеріальні (інвестиції у концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки і аналогічні права; у придбання програмного забезпечення).

Динаміка капітальних інвестицій підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства у 2013-2019 роках представлені у табл. 1.11.

Таблиця 1.11

Капітальні інвестиції (складено за даними [19])

Період, роки	Капітальні інвестиції, млрд. грн.				
	Разом	суб'єкти великого підприємництва	суб'єкти середнього підприємництва	суб'єкти малого підприємництва	з них суб'єкти мікропідприємництва
2013	216,99	104,09	74,13	38,77	9,28
2014	178,38	87,24	63,21	27,93	8,68
2015	213,48	99,17	78,40	35,91	9,77
2016	281,67	108,69	113,04	59,94	16,02
2017	359,16	139,29	139,37	80,50	22,35
2018	471,12	217,28	169,87	83,97	23,41
2019	524,47	239,96	200,08	84,44	15,96

У 2019 р. загальний обсяг капітальних інвестицій збільшився на 138 % у порівнянні з 2013 р., також статистичні дані свідчать, що це найвищий показник за період, що аналізується. Така позитивна динаміка зростання капітальних інвестицій безумовно є позитивним моментом.

Приріст капітальних інвестицій у 2019 р. серед суб'єктів великого підприємництва складає 130 % по відношенню з 2013 р., серед суб'єктів середнього підприємництва – 160 %, суб'єктів малого підприємництва – 117 %, суб'єктів мікропідприємництва – 71,9 %. Таки чином, можна зробити висновок, що найвищий приріст спостерігається серед суб'єктів середнього підприємництва, а найнижчий серед суб'єктів мікропідприємництва.

Якщо розглянути структуру капітальних інвестицій з урахуванням розміру у 2019 р. питома вага суб'єктів великого підприємництва складала 44,4 %, суб'єктів середнього підприємництва – 37 % та суб'єктів малого підприємництва – 18,6 %. Такі дані є цілком обґрунтованими адже саме великі

підприємства мають переваги при фінансуванні капітальних інвестицій, як власних так і залучених.

Станом на кінець 2019 р. фінансові результати до оподаткування склав 613044035,5 тис. грн., з них підприємства, які одержали прибуток 869642104,6 тис. грн., а фінансовий результат підприємств, які одержали збиток 256598069,1 тис. грн. Так, від'ємне сальдо фінансових результатів припадає на 2014-2015 рр., в інші періоди підприємства в переважній кількості отримують прибутки.

Так, серед великих підприємств 78,4 % отримали прибутки, а 21,6 % – збитки. Таким чином, фінансовий результат (сальдо) до оподаткування становив 232020473,7 тис. грн., що складає 37,8 % від загального прибутку підприємств. Також, можна відзначити, що від'ємне сальдо у 2014-2015 рр. є причиною зниження кількості суб'єктів великого підприємництва.

Фінансовий результат до оподаткування середніх підприємств становить 277195033 тис. грн., структура прибуткових підприємств схожа зі структурою великих підприємств. Адже, питома вага прибуткових підприємств у 2019 р. складає 77,9 %, а підприємств, що отримали збитки – 22,1 %. Фінансовий результат до оподаткування складає 45,2 % до загального обсягу прибутків підприємств, що безумовно є найвпливовішим результатом.

Фінансовий результат до оподаткування малих підприємств у 2019 р. дорівнює 103828528,8 тис. грн., що становило 16,9 % по відношенню до загального прибутку. Також, слід відзначити, що малі підприємства мають негативне сальдо, окрім позитивного сальдо у 2018-2019 рр.

Таким чином, проведений аналіз статистичних даних щодо стану та тенденцій розвитку підприємницької діяльності протягом 2013-2019 рр. свідчить, що підприємництво в Україні характеризується невисоким рівнем ефективності. Тому перед державою постає нагальна потреба в підтримці всього сектору, а вітчизняних науковців в розробці рекомендацій щодо покращення ефективності діяльності з урахуванням видів підприємництва.

Так, необхідно проводити моніторинг результатів діяльності великих підприємств, особливо промислової галузі. На сам перед, особливою уваги потребують наступні напрями:

інноваційні дослідження та розробки, система мотивації працівників, розвиток організаційного капіталу та розвиток зовнішньоекономічної діяльності. Досягти поставлених цілей в зазначених напрямках підтримувати можна шляхом підтримки інноваційних проєктів, створенні реальних умов для заохочення інтелектуальних працівників та побудова позитивного іміджу суб'єктів підприємництва, що надасть можливість конкурувати на міжнародних ринках.

Так, розглядаючи основні причини гальмування розвитку малого та середнього підприємництва в Україні можна зазначити наступні:

відсутність наявних ресурсів щодо фінансування впровадження інновацій;

недосконала система оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності;

складність системи статистичної та облікової звітності, обмежений доступ до консультацій з питань розвитку бізнесу;

недостатні темпи розвитку міжнародної торгівлі серед вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності;

відсутність можливостей по створенню виробничого підприємництва тощо.

Подолання наведених причин здебільшого потребує підтримки з боку держави. Адже орієнтація України на реформування економіки, зумовило необхідність створювати умови для активізації усіх форм підприємницької діяльності, у тому числі – для відродження й розвитку малого і середнього бізнесу.

6.3. Бізнес-етика та ділові комунікації в підприємницькій діяльності

Пошук шляхів розвитку підприємницької діяльності складний і всеохоплюючий процес, який може включати велику кількість напрямів. Одним з них це створення позитивного іміджу суб'єктів підприємництва за рахунок побудови ефективної системи моральних вимог до професійної діяльності працівників, які повинні ґрунтуватися на правилах і нормах професійної етики. Впровадження такої системи надасть можливість створити позитивний імідж сучасної компанії здатної конкурувати на міжнародній арені.

Імідж суб'єкта підприємництва необхідно розглядати з двох точок зору [15, 16]:

Імідж підприємства (організації) – сформований у свідомості покупців образ товару, послуги, фірми тощо та сукупність асоціацій і вражень про них, які відображають їх становище на ринку.

Імідж самого підприємця – образ ділової людини, уявлення про неї, її репутація.

Так, безумовно, обидві сторони іміджу впливають на здатність досягати поставлених цілей. Формування позитивного іміджу не можливе без теоретичних знань та розуміння сучасної етики бізнесу.

Етика бізнесу – це ділова етика, що базується на чесності, відкритості, вірності даному слову, здібності ефективно функціонувати над ринком відповідно до чинним законодавством, встановленими правилами та традиціями. [13, с. 10].

Зазвичай етика-бізнесу асоційована лише з великим підприємництвом, це обумовлено, перш за все, наявністю засобів для формування соціально відповідального бізнесу. Проте сьогодні конкурентоспроможність на ринку безумовно залежить від іміджу організації. Саме тому пильної уваги потребує питання етичного ведення бізнесу суб'єктів малого та середнього підприємництва.

В науковій літературі [6; 15] вчені виокремлюють включає такі напрями етики бізнесу: етика менеджменту; етика відносин із державою, діловими партнерами, споживачами, суспільством; етика міжособистісних стосунків, ділових переговорів; моральні засади і соціальна відповідальність бізнесу; особиста етика і ділова культура підприємця, етика самоутвердження; діловий етикет тощо. Слід відзначити, що перед сучасними вченими постає задача не лише надати теоретичне обґрунтування важливості бізнес етики для підприємців, а і розробляти рекомендації щодо впровадження напрямів бізнес етики з урахуванням специфіки суб'єктів підприємництва. Особливо це стосується комерційних та некомерційних підприємств, так, наприклад, для останніх особового значення набуває соціальна відповідальність.

З точки зору розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємницької галузі, бізнес-етика має на меті формування еталонних трудових норм, високі духовні цінності, принципи якої погоджуються як з національними традиціями кожної окремої країни, так і з сучасними вітчизняними стандартами поведінки, і свідчить про орієнтацію на якість виробництва товарів, продукції та послуг.

Також, слід відзначити, що бізнес-етика являє собою систему певних елементів ділової етики. В табл. 1.12 до таких елементів належать: стандарти поведінки, принципи ділового спілкування, закономірності міжособистісних відносин, особисті та службові права робітників, стилі керівництва, культура управління, бізнес філософія, службові стосунки, розв'язання конфліктів тощо. [24]

Таблиця 1.12

Зміст елементів ділової етики (складено за даними [24, с.17-18])

Елемент ділової етики	Зміст
1	2
Стандарти поведінки	встановлені моральні норми, що спрямовані координувати вчинки людей, як в стандартних, так і змінних ситуаціях
Моральні норми суспільства	певні вимоги спрямовані на регулювання моральних аспектів соціального життя людини.
Принципи ділового спілкування	основні моральні положення, які формуються в залежності від сфери діяльності (бізнесу) або професії людини
Закономірності міжособистісних відносин	виникаючі взаємозв'язки під час ведення ділових переговорів та інших контактів у бізнесі, що формують певну модель в поведінці людей
Особисті та службові права персоналу	загально прийняті права працівників, що встановлені на законодавчому рівні та обумовлені вимогами системи ефективного мотиваційного менеджменту організації
Стили керівництва	с точки зору етики бізнесу, це набір моральних та етичних норм керівника, який формує ставлення до підлеглих

Продовження табл. 1.12

1	2
Культура управління	система технологій в менеджменті, що спрямована на досягнення поставлених цілей на засадах соціальної відповідальності організацій
Бізнес філософія	прийнята система принципів ведення бізнесу в організації, яка формує підґрунтя для менеджера в прийнятті управлінських рішень
Службові стосунки	соціально-психологічні взаємозв'язки між керівником, підлеглими та кожною окремою групою персоналу
Розв'язання конфліктів	створення умов щодо запобігання негативних наслідків конфліктів виникаючих в процесі взаємодії

Зазначені елементи ділової етики можуть мати специфічний характер в залежності від виду підприємницької діяльності. Так, для сфери освіти чи здоров'я їх зміст дещо різний ніж у сфері виробничого господарювання бо повинен враховувати професійну специфіку.

Стандарти поведінки в суб'єктах підприємництва розробляються самостійно відповідальним менеджером або особисто підприємцем в залежності від розміру організації. Так, для великих підприємств доцільно мати окремий підрозділ, наприклад, відділ з розвитку діяльності чи формування позитивного іміджу, який займається зазначеними питаннями. При формуванні (встановленні) таких стандартів поведінки доцільно розробити систему правил, які будуть нівелювати потенційні конфліктні ситуації в процесі здійснення господарської діяльності.

Окрім стандартів поведінки доцільно розглянути більше детально культуру управління, як один з найважливіших елементів ділової етики.

В загальному розумінні під культурою управління розуміють – сукупність теоретичних і практичних положень, принципів і норм, що стосуються всіх аспектів управління людською діяльністю. [15, 24].

Важливим моментом тут є врахувати особливості культури управління певної сфери підприємницької діяльності. Структуру культури управління в наведено на рис.1.10. Так, під культурою управління розуміють структурний елемент організаційної культури, до якого належать: методи і стиль управління, гуманізм, індивідуальний підхід, сприйняття персоналу як надбання фірми, професіоналізм менеджерів, комунікативна компетентність, методи стимулювання праці тощо. [16]

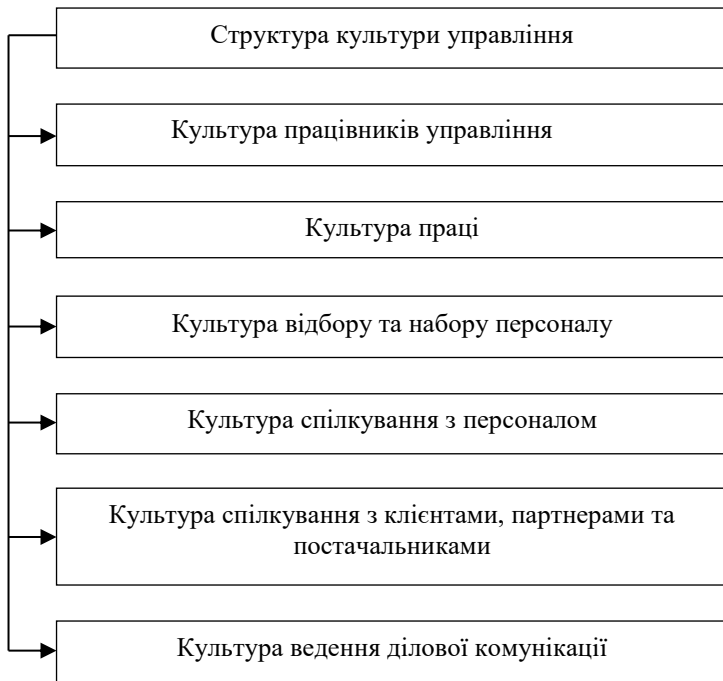


Рис. 1. 10 Складові культури управління в індустрії гостинності (розроблено за даними [15, 25])

Розглянемо детально найвагоміші зі складових культури управління. Це безумовно ті складові, які формують систему мотивації праці суб'єктів підприємництва [16]:

культура праці;

культура відбору та набору персоналу;

культура спілкування.

Так, згідно понятійно-термінологічного словнику з менеджменту, культура праці – це складова культури управління, яка свідчить про [16]:

використання соціальних якостей працівників у процесі трудової діяльності, розвиток його особистості;

умови, за яких на підприємстві здійснюється виробничий процес;

кількість і якість виробленої продукції.

Культура умов праці – це сукупність дій, спрямованих на усунення підсвідомого напруження у процесі праці. [15, 25] Основними задачами та обов'язками підприємця в цьому напрямі є:

забезпечення безпечних умов праці (досягається шляхом дотримання технічних, санітарно-гігієнічних, пожежних норм);

створення комфортних умов на робочих місцях (досягається шляхом використання наукових підходів к організації робочого місця);

забезпечення всіма необхідними засобами для ефективного виконання поставлених задач (досягається шляхом придбання якісних інструментів, матеріалів та засобів праці);

забезпечення престижу праці (важливу роль відіграє створення позитивного іміджу суб'єкта підприємницької діяльності).

Бізнес-етика виконує як суто теоретичну функцію (надає уявлення про існуючі правила і норми поведінки у сучасному суспільстві), так і практичну функцію, будучи системою етичних орієнтирів у підприємницькій справі (формує необхідні компетентності у підприємців). [15]. Окрім використання ділової етики підприємцям доцільно мати знання про ділові переговори та комунікації в бізнес середовищі, саме вони супроводжують усі процеси, що відбуваються в організації.

Так, у широкому розумінні, комунікації (від лат. communico – роблю загальним, поєдную) – це шляхи сполучення та транспорту, лінії зв'язку. З точки зору міжособистих зв'язків, комунікації – це форма спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації. [14].

Науковці наголошують, що поняття «комунікація» застосовується у двох значеннях [20]:

шлях повідомлення, зв'язок одного місця з іншим (наприклад, транспорту, зв'язку, підземні комунікації);

спілкування, передавання інформації від однієї особи (групи) до іншої.

Отже, для підприємця при формуванні позитивного іміджу важливим є саме друге тлумачення. Ведення переговорів, як з зовнішніми партнерами, так і з внутрішніми учасниками, є вкрай важливо для реалізації поставленої мети.

Комунікацію разом з прийняттям рішень називають поєднуваними процесами, оскільки вони забезпечують зв'язок усіх напрямів підприємницької діяльності. Особового значення комунікація набуває в процесі узгодження дій різних елементів підприємницького середовища. Також при передачі інформації всередині суб'єктів підприємництва, так і за їх межами. Окремо можна наголосити на важливості комунікації в процесі побудови ефективної моделі взаємодії між підприємцем і його персоналом. Це набуває особового значення в сучасну епоху усвідомлення, що персонал – головний ресурс при формуванні ефективного бізнесу.

Науковці наголошують, що ефективна комунікація важлива для успішного управління з таких причин [16]:

вирішення значної частини управлінських завдань ґрунтується на безпосередній взаємодії посадових осіб;

міжособистісна комунікація є кращим способом обговорення і вирішення неоднозначних і суперечливих питань.

Як вже було зазначено раніше, в епоху глобалізації економічних процесів, ефективність підприємницької діяльності напряму залежить від здатності конкурувати на світовому ринку. Для вітчизняного бізнесу активізація зовнішньоекономічної діяльності це основна можливість підвищити обсяги реалізації товарів чи послуг. Тому доцільно розглядати комунікацію, як інструмент виходу суб'єктів підприємницької діяльності на міжнародну арену, при цьому необхідно враховувати особливості міжкультурної комунікації.

Започаткуванням міжкультурної комунікації припадає на 1954 рік, коли вийшла в світ книга Е. Хола та Д. Грагера «Культура як комунікація», в якій автори вперше запропонували

для широкого використання термін «міжкультурна комунікація» [25]. З того часу було проведено багато досліджень феномену міжкультурної комунікації, це обумовлено, перш за все, тим, що сьогодні майже не існує держав, які залишаються у повній ізоляції, а глобалізаційні процеси прискорюються в усьому Світі. Головною метою зазначених досліджень стало виявлення певних знань та умінь спрямованих забезпечити ефективний обмін інформацією між представниками різних культур [14].

Завданням міжкультурної комунікації є формування міжкультурної компетентності, необхідних знань про різні народи та культури з метою уникнення міжетнічних і міжкультурних конфліктів та встановлення комфортних умов спілкування в різних сферах та життєвих ситуаціях [14]. Зазначені компетентності забезпечують здатність суб'єктів підприємницької діяльності долати перешкоди, що обумовлені культурним різноманіттям в процесі виходу на міжнародні ринки.

Так, наковці наголошують, що у своїй діяльності підприємець має обов'язково керуватися встановленими в усіх цивілізованих країнах нормами поведінки. Культура підприємницької діяльності – сукупність прогресивних гуманістичних матеріально-духовних досягнень в управлінні виробничими процесами та економічними відносинами між людьми. [17]

Для забезпечення належного рівня міжкультурної комунікації в підприємстві доцільно рекомендувати впровадження певних правил поведінки [23]:

- відверто ставитися до пізнання чужої культури і толерантно сприйняти психологічні, соціальні і інші міжкультурні відмінності;

- мати бажання до кооперації з представниками іншої культури;

- вміти розмежовувати колективне і індивідуальне в поведінці представників інших культур;

 - здатність долати соціальні, етнічні і культурні стереотипи;

 - володіти набором комунікативних інструментів та засобів (вербальних та невербальних) і правильно їх обирати в залежності від ситуації спілкування;

 - дотримуватися етикетних норм в процесі комунікації.

Отже, дотримання зазначених правил надасть можливість сформувати необхідні компетентності у представників, що представляють певний суб'єкт підприємницької діяльності (підприємство, організацію тощо), а проведення тренінгів та навчання в цьому напрямку підвищить ефективність використовувати їх у професійній діяльності.

Божко Л.Д., Божко О.О. в своїй роботі [1] виокремлюють п'ять основних принципів спілкування: взаємну ввічливість; такт; невимушеність (природність, розкутість, але не фамільярність); розумність (раціональність); обов'язковість. Зазначені принципи забезпечують своєрідні орієнтири для підприємців при веденні ділових переговорів чи в процесі здійснення господарської діяльності.

При формуванні вірного уявлення про культуру спілкування необхідно враховувати, що вона створює імідж мови людини. Під яким можна розуміти вербальне сприйняття людини оточуючими. Складові вербального іміджу представлено на рис. 1.10



Рис. 1.10. Вербальний імідж

Також, слід виокремлювати види спілкування при здійсненні ділової комунікації:

спілкування між колегами (службово-товариське) – це спілкування з точки зору культури повинне враховувати встановлені професійні повноваження суб'єктів комунікації;

спілкування між керівником та підлеглим (субординаційне) – це особлива форма комунікації, при вірному використанні основ культури спілкування, здатна забезпечити підвищення ефективності діяльності персоналу, шляхом поважного ставлення між суб'єктами комунікаційного процесу.

Таким чином, етика бізнесу та ділові комунікації – це система формальних та неформальних цінностей, вірувань та міркувань людей, які включають в себе розробку кодексів та стандартів поведінки, принципів ділового спілкування, дослідження закономірностей міжособистісних відносин, вибір стилю керівництва, дотримання культури управління, розробку бізнес філософії, правил щодо службових стосунків та заходів з розв'язання конфліктів для керівників і персоналу в у ході прийому й обслуговуванні споживачів послуг.

Список використаних джерел

1. Божко Л.Д. Етичні норми поведіння співробітників індустрії гостинності / Л.Д. Божко // Гуманітарний часопис. – 2006. – №4. – С. 110-118
2. Бутенко Д.С. Позиція України у міжнародних економічних рейтингах / Д.С. Бутенко // збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції «Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства» (6-8 листопада 2019) м. Житомир. – С. 80-83
3. Бутенко Д.С. Рівень розвитку підприємницької діяльності в Україні на засадах оцінки міжнародного підприємництва / Д.С. Бутенко // Молодий вчений. – м. Херсон. – 2018. – №1. – С. 850-853
4. Велика О. Ю. Основні види та організаційні форми підприємств в Україні [Електронний ресурс] / О. Ю. Велика // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Електронне наукове фахове видання. – 2018. – Вип. 3 (14). – Режим доступу: <http://easterneurope-ebm.in.ua>

5. Гейнц Р. М. Організаційно-правові форми юридичних осіб – суб'єктів підприємництва / Р. М. Гейнц // Наукові вісті Галицької академії. Збірник наукових статей, 2008. – № 2(14). – С. 171–175

6. Герчикова И.Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики : учеб. пособие / И.Н. Герчикова. – М. : Консалтбанк, 2002. – 576 с.; Мельничук Л.С. Етичне ведення бізнесу як особливий напрям економічної діяльності / Л.С. Мельничук // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – № 1. – С. 103-106

7. Господарський кодекс України. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

8. Закон України «Про кооперацію». – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1087-15#Text>

9. Закон України «Про підприємництво». – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>

10. Іваницька С.Б. Стан і тенденції розвитку підприємництва в Україні в сучасних умовах / С.Б. Іваницька Ю.С. Ушакова // Інфраструктура ринку. – 2019. – № 27. С. 153-161

11. Колісник Г. М. Державне регулювання витрат у фінансовому підприємстві / Г. М. Колісник // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017. – Том 27. – № 4. – С. 44-52.

12. Колісник Г. М. Сутність суб'єктів та видів господарської діяльності / Г. М. Колісник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5. С. 207-214

13. Малюк Л. П. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі навч. посібник / Л. П. Малюк, Л. М. Варипаєва. – Х. : ХДУХТ, 2016. – 146 с., с. 10

14. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. / В. М. Манакін. – К. : Видавничий центр «Академія», 2012. – 288с.

15. Мельничук Л.С. Етичне ведення бізнесу як особливий напрям економічної діяльності / Л.С. Мельничук

// Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – № 1. – С. 103-106

16. Менеджмент: понятійно-термінологічний словник / Г.В. Щокін, М.Ф. Головатий, О.В. Антонюк, В.П. Сладкевич. – К. : МАУП, 2007. – 744 с.

17. Мочерний С. В. Основи підприємницької діяльності / С. В. Мочерний, О. А. Устенко, С. І. Чеботар – К. : Видавничий центр «Академія», 2005. – 280 с.

18. Офіційний сайт Doing Business. – Режим доступу : <https://www.doingbusiness.org/>

19. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

20. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі) : підручник / І. М. Писаревський, С. А. Александрова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 175 с.

21. Розвиток підприємництва і кооперації : інституціональний аспект : монографія / [Лупенко Ю. О., Малік М. Й., Заяць В. М. та ін.]. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2016. – 432 с.

22. Саблук О. О. Суть і принципи комерційного підприємництва і комерційної діяльності / О. О. Саблук // Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. – 2018. – № С. 74-79

23. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие / А.П. Садохин. – М. : КИОРУС, 2014. – 254 с.

24. Седова Л. Н. Этика бизнеса : учебное пособие. Ч. 1 / Л. Н. Седова, А. А. Малюкина. – Х. : Изд. ХНЭУ им. С. Кузнеця, 2014. – 492 с.

25. Сніца Т. Є. Міжкультурна комунікація як суспільний феномен / Т. Є. Сніца // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. – 2014. – №3. – С.146-153

26. Яновицька А. В. Статут і модельний статут як установчі документи суб'єктів господарювання – юридичних осіб / А. В. Яновицька // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. –2016. – № 3. – С. 116-123