**Shura19@yandex.ru**

1. **Сутність і родові ознаки бізнесу. Бізнес і підприємництво.**

В сучасних умовах економічні процеси протікають в трьох основних рівнях:

♦домашньому господарстві;

♦комерційних і некомерційних організаціях;

♦суспільному рівні.

Їм відповідають відповідні три типи суб’єктів господарського життя:

♦ домашнє господарство;

♦ підприємство;

♦ держава.

Діяльність цих суб’єктів націлена на створення матеріальних благ і послуг та їх посування до споживача. Аби це здійснити вкладаються необхідні кошти, а результатом є гроші. Вміння робити гроші із грошей через продуктивну діяльність в широкому загалі є ***бізнес.*** Його особливості і масштаби залежать від типу суб’єктів господарської діяльності. Процес бізнесу достатньо складний, але описується він нескладною формулою:

# Г - Г′

В результаті вкладення грошей (**Г**) по завершенню ділового циклу гроші повертаються з прирощенням (**Г′**), тобто з прибутком. Така процедура охоплює різноманітні і складні дії організаційного, виробничого, комерційного та економічного характеру, залучаючи до неї багато людей.

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

Визначальними рисами бізнесу є:

♦ ініціативність;

♦ самостійність у прийнятті господарських рішень;

♦ рисковий характер діяльності;

♦ економічна свобода суб'єктів господарювання;

♦ творчий підхід до справи.

Бізнесмен самостійно розробляє бізнес-план власної справи, укладає угоди з партнерами, вибирає постачальників і споживачів виробленої продукції. В відповідальності з чинним законодавством і станом господарської кон’юнктури встановлює ціни, здійснює вільне наймання робітників, бере на себе відповідальність за свої рішення та їх наслідки. Рішення з невідомими наслідками – є ризик. Бізнес завжди пов’язаний з ризиком – об’єктивним явищем, подією з негативними, особливо невигідними економічними наслідками, які можливо збудуться в майбутньому в якийсь проміжок часу в невідомих обсягах. Ризик – це можливе негативне відхилення від норм, дійсне фактичне негативне відхилення є збиток. Підприємницький ризик може трансформуватися в відповідний збиток. В цьому випадку він приймає конкретні вимірюванні і реальні риси, які завжди треба мати на увазі. Збиток в особливо великих обсягах може привести до банкрутства.

Спонукальним мотивом бізнесу є комерційний успіх і задоволення інтересів ділових людей. Бажання отримати прибуток спонукає учасників господарського процесу до розширення виробництва, зниження витрат і цін на товари та послуги.

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 і вирішується проблема: *що*, *як* і *скільки* треба виробляти.

Проблема “*що виробляти*” вирішується через гроші споживача товару або послуги; “*як виробляти*” - шляхом конкурентної боротьби між виробниками; “*скільки виробляти*” - через співвідношення попиту і пропозиції.

Бізнесмен – це головна фігура ринку. Активізація бізнесу матеріалізується в поліпшенні стану суспільного виробництва, формує новий тип економічної поведінки суб’єктів господарювання і відповідного йому механізму.

Цільове спрямування ділової активності (бізнесу) полягає в задоволенні потреб і інтересів. Стимул – важлива характеристика розвитку бізнесу. Очікування винагороди є не тільки рушійна сила бізнесу, але і фактор його розвитку.

Об’єктом підприємницької діяльності є процес відтворення на всіх його стадіях. Суб’єктами бізнесу можуть бути правоспроможні і дієспроможні громадяни та юридичні особи, які мають власність в будь-якій формі.

Підприємництво і бізнес.

У господарській практиці підприємництво і бізнес звичайно ототожнюються. Але це лише зовнішня проява. Насправді обидва ці терміни не тотожні. Бізнес більш широке поняття, чим підприємництво, тому що воно охоплює відношення, які виникають між усіма учасниками ринкової економіки і вмикає в дію не тільки підприємців, але і споживачів, найманих робітників державної структури. ***Підприємництво*** - категорія бізнесу.

*Бізнес як система господарювання* - це ділові відношення між людьми або учасниками справ. Ділові відношення – це вираження виробничих відношень. Діяльність будь-якого суб’єкту господарського процесу є його “діло”. Обмін діяльністю і її результатами – це обмін ділами або ділова угода. Учасники ділових угод є ділові люди - бізнесмени. Підприємництво і підприємці пов'язані з “ділом”. Як правило, це “діло” передбачає підприємство, тобто особливо складне діло. Таким чином, ***бізнес*** - це організація підприємства: промислового, сільськогосподарського, торгового, кредитного, науково-технічного тощо.

# Підприємництво і бізнес розрізняються між собою в теоретичному плані. На практиці підприємництво виступає як підприємницький бізнес і залучає тільки свого суб'єкта, а не усіх учасників ринку. Бізнес без підприємництва не буває. Підприємництво не тільки елемент систему бізнесу, але і фактор його розвитку.

Система бізнесу як система господарювання охоплює такі елементи:

♦ підприємницький бізнес;

♦ державний бізнес;

♦ споживчий бізнес.

Суб'єктами підприємницького бізнесу є підприємці - юридичні і фізичні особи, діловий інтерес яких полягає в одержанні прибутку через виробництво і реалізацію, виконання робіт та послуг.

Види підприємницької діяльності залежать від форм власності і організаційних форм.

Розрізняють різні організаційні форми підприємництва: державні; орендні; індивідуальні; приватні; сімейні; різні товариства (СОВ, АТ), спільні підприємства. В залежності від масштабу господарювання - велике, середнє і дрібне підприємство. Вони відрізняються особливостями відношень власності. В великому підприємстві функції підприємця і власника розділені, тобто капітал - функція відділяється від капіталу - власника. Для дрібного бізнесу характерно співпадання функції власника і підприємця. Середній бізнес знаходиться на межі великого і дрібного підприємництва і поєднує особливості першого і другого.

Комбінація таких типів підприємств і створює ринкове середовище, в якому кожний підприємець займає свою нішу, знаходить своє місце і вирішує проблеми господарювання в відповідності з критеріями ефективності виробництва; власного інтересу і комерційного успіху.

Дрібне підприємництво практично доступне усьому населенню. Для зміцнення підприємницького середовища дрібний бізнес повинен заохочуватися державою. Розвиток дрібного бізнесу створює в масовому порядку умови для зайнятості населення ї є основним “постачальником” робочих місць держави.

Підприємницький бізнес підрозділяється також на виробниче, комерційне і фінансове підприємництво.

Виробниче підприємство розповсюджується головним чином на виробництво, споживання товарів та послуг і представлено підприємствами, фірмами, установами.

Комерційне підприємство пов'язане з обміном, розподілом і споживанням товарів через торговельні заклади і біржі.

Фінансове підприємництво охоплює обіг і обмін вартостей через банки і фондові біржі.

Державний бізнес здійснюється державними органами, тобто коли вони виходять на ринок з діловими пропозиціями. Діловий інтерес держави полягає в здійсненні пріоритетних загальнодержавних науково-технічних, науково-виробничих і інших проблем, які задовольняють інтересам всього народногосподарського комплексу. Держава заохочує участь фірм у цих програмах, отримуючи можливість їх реалізації. Основою державного бізнесу є загальнодержавна власність на засоби виробництва, інформацію, грошові ресурси, цінні папери.

Споживчий бізнес здійснюється усіма громадянами з думкою одержання товарів і послуг шляхом самостійного пошуку виробників і продавців на основі максимальної вигоди. Для споживачів товарів вигодою є товар (послуга), найкращим чином задовольняючий потреби. Основою такого бізнесу є приватна власність на предмети споживання і послуги.

Стратегія бізнесу полягає в максимізації вигоди (доходу, прибутку) в ході реалізації різноманітних угод. Реалізується ця стратегія в залежності від конкретного випадку з урахуванням умов здійснення, терміну і предмету угоди.

Підприємницьке середовище - це комплекс умов і сил зовнішнього характеру, які впливають на можливості і кінцеві результати діяльності суб’єктів ринкових відносин. Воно охоплює зовнішнє і внутрішнє середовище.

Зовнішнє середовище – це передусім законодавча і нормативна бази, конкуренція, ринкова інфраструктура, стимули, особливості економічного розвитку держави, соціально-політичні умови тощо.

Внутрішнє середовище - передбачає наявність стартового капіталу, системи ведення бізнесу (маркетинг, менеджмент).

Підприємницьке середовище може бути сприятливим, або несприятливим. Рівень сприятливості підприємницького середовища залежить від ряду чинників:

* наявності в підприємця прав власності на засоби виробництва, його продукт і прибутки;
* наявність визначеної сукупності прав і свобод, вибору виду господарської діяльності;
* наявність сприятливого психологічного клімату;
* рівень розвитку ринково - конкурентного режиму;
* надійність захисту прав підприємця;
* рівень державної підтримки.

Несприятливе середовище складається при відсутності вищезгаданих умов. Частково сприятливе середовище виникає в разі нестійкості економіки і стану суспільства. Підприємницьке середовище постійно змінюється під впливом різноманітних циклічних і нециклічних впливів. Циклічні чинники розділяються на еволюційні і хвильові, а нециклічні - постійно діючі і непостійно діючі.

Еволюційні фактори це необернені чинники, які при відсутності інших впливів діють в визначеному одному і тому же напрямку (наприклад, тенденція росту населення, зростання загального обсягу виробництва). Хвильові чинники змінюють підприємницьке середовище в різні проміжки часу з однаковим або схожим збігом обставин (наприклад, продуктивність праці, ціни, відсотки на капітал, відсоток безробітних тощо).

Постійно діючі нециклічні чинники займають зміну рівня економічного розвитку, науково-технічний прогрес, монополізацію, державне регулювання, мілітаризацію економіки, конкуренцію. Непостійно діючі - сезонні коливання, соціальні конфлікти, політичні кризи, стихійні катаклізми.

***2. Головні умови функціонування бізнесу.***

Рушійною силою розвитку бізнесу є потреби і особистий економічний інтерес, який лежить в основі потреб.

Розвиток бізнесу неможливий без забезпечення відповідних умов його функціонування. Вони забезпечують законодавчу і нормативну базу, конкурентне середовище, ринкову інфраструктуру та стимули підприємницької діяльності.

Методологічною основою підприємництва є теорія ринкового господарювання.

Ринок – це форма функціонування економіки, а ринковий механізм є важливим регулятором господарського розвитку.

Функціонування ринкового механізму передбачає деякі умови, які дозволяють зробити важливі висновки відносно характеру, типу та рівня організації ринку:

♦ самостійність і свобода дії суб’єктів господарювання;

♦ можливість самостійно розміщувати замовлення;

♦ вільно розпоряджатися власними прибутками;

♦ відповідальність за використання ресурсів, можливі збитки і неефективні рішення;

♦ можливість взаємного вибору партнерів на ринку;

♦ конкуренція, як наслідок достатньої кількості виробників і споживачів товарів.

Формування підприємницького середовища і ефективного ринкового механізму потребує прийняття комплексу заходів, зв’язаних з:

1. роздержавленням і приватизацією;
2. реформуванням фінансової, кредитно - грошової системи та ціноутворення;
3. демонополізацією економіки;
4. створенням ефективної системи захисту населення.

Формування ринкового середовища передбачає також заохочення такої діяльності податковими пільгами, прямими державними дотаціями, фінансуванням важливих інноваційних проектів.

Перелічимо найважливіші умови і фактори, що у том чи іншому ступені впливають на розвиток та функціонування бізнесу:

* політична обстановка в суспільстві;
* стан економіки країни;
* політика держави в області економіки;
* заходи підтримки бізнесу;
* правове забезпечення бізнесу;
* податкова політика;
* фінансово-кредитна політика;
* рівень життя населення;
* цивілізованість підприємництва.

# **3. Розкрийте зміст корпоративного управління. Розкрийте модель корпоративної культури.**

Одним із головних чинників, який впливає на успішну діяльність товариства, є можливість його доступу до інвестиційних ресурсів. Водночас товариство не може розраховувати на довіру інвесторів та надходження зовнішнього фінансування, якщо воно не вживає заходів щодо запровадження ефективного корпоративного управління, а саме, належного захисту прав інвесторів, надійних механізмів управління та контролю, відкритості та прозорості у своїй діяльності.

У широкому розумінні корпоративне управління розглядають як систему, за допомогою якої спрямовують та контролюють діяльність товариства. У рамках корпоративного управління визначається, яким чином інвестори здійснюють контроль за діяльністю менеджерів, а також яку відповідальність несуть менеджери перед інвесторами за результати діяльності товариства. Належна система корпоративного управління дозволяє інвесторам бути впевненими у тому, що керівництво товариства розумно використовує їх інвестиції для фінансово-господарської діяльності і, таким чином, збільшується вартість частки участі інвесторів в акціонерному капіталі товариства.

Корпоративне управління - це система відносин між акціонерами, органами управління акціонерного товариства, його менеджерами, а також іншими зацікавленими особами (працівниками, постачальниками, споживачами, кредиторами, державними та місцевими органами влади, громадськістю тощо) задля забезпечення ефективної діяльності товариства, інтересів власників та інших зацікавлених осіб.

Рівень корпоративного управління є одним з ключових факторів, що обумовлює інвестиційний клімат в країні, впливає на ефективність діяльності товариств, визначає ступінь захищеності прав інвесторів та врахування інтересів інших зацікавлених осіб.

Розвиток корпоративних відносин в Україні повинен відбуватися на основі загальноприйнятих принципів ефективного корпоративного управління.

Загальноприйнятими принципами корпоративного управління є:

* захист прав та законних інтересів акціонерів - визначення корпоративних прав акціонерів та забезпечення їх належного захисту;
* рівноправність акціонерів - рівне ставлення до акціонерів. Усі акціонери повинні мати можливість використовувати ефективні засоби захисту у разі порушення їхніх прав;
* урахування законних інтересів зацікавлених осіб - визнання передбачених законом прав зацікавлених осіб та заохочування активного співробітництва між товариством та зацікавленими особами в створенні добробуту, робочих місць та поліпшенні фінансового стану товариства;
* розкриття інформації та прозорість - забезпечення своєчасного і повного розкриття інформації з усіх суттєвих питань, що стосуються товариства, які включаютьйого фінансовий стан, результати діяльності, власників та управління товариством;
* розмежування повноважень органів управління - чіткий розподіл функцій та обов’язків між загальними зборами, спостережною (наглядовою) радою та правлінням;
* дієвість, незалежність та відповідальність спостережної ради - забезпечення стратегічного управління товариством, ефективного контролю за діяльністю правління (виконавчого органу), а також відповідальність спостережної ради перед товариством та акціонерами. Спостережна рада повинна мати можливість ухвалювати рішення з питань діяльності товариства незалежно від правління.

Таким чином, завданнями розвитку корпоративного управління в Україні є:

* підвищення ефективності діяльності акціонерних товариств;
* забезпечення захисту прав та законних інтересів акціонерів;
* забезпечення рівного ставлення до акціонерів;
* сприяння розвитку фондового ринку;
* формування привабливого інвестиційного клімату в країні та пожвавлення інвестиційних процесів;
* сприяння соціально-економічному розвитку України.

Належне корпоративне управління не обмежується виключно відносинами між інвесторами та менеджерами, а передбачає також урахування законних інтересів та активну співпрацю із заінтересованими особами, які мають легітимний інтерес у діяльності товариства (працівниками, споживачами, кредиторами, державою, громадськістю тощо). Це пов'язано з тим, що товариство не може існувати незалежно від суспільства, в якому воно функціонує, і кінцевий успіх його діяльності залежить від внеску всіх заінтересованих осіб.

Таким чином, сутністю корпоративного управління є система відносин між інвесторами-власниками товариства, його менеджерами, а також заінтересованими особами для забезпечення ефективної діяльності товариства, рівноваги впливу та балансу інтересів учасників корпоративних відносин.

# Важливість корпоративного управління.

Важливість корпоративного управління для товариств полягає у його внеску до підвищення їх конкурентоспроможності та економічної ефективності завдяки забезпеченню:

* належної уваги до інтересів акціонерів;
* рівноваги впливу та балансу інтересів учасників корпоративних відносин;
* фінансової прозорості;
* запровадження правил ефективного менеджменту та належного контролю.

Важливість корпоративного управління для держави обумовлена його впливом на соціальний та економічний розвиток країни через:

* + сприяння розвитку інвестиційних процесів, забезпечення впевненості та підвищення довіри інвесторів;
  + підвищення ефективності використання капіталу та діяльності товариств;
  + урахування інтересів широкого кола заінтересованих осіб, що забезпечує здійснення товариствами діяльності на благо суспільства та зростання національного багатства.

Напрямами розвитку корпоративного управління в Україні є:

* удосконалення системи захисту прав та законних інтересів акціонерів та забезпечення рівноправності акціонерів;
* удосконалення системи розкриття інформації та забезпечення прозорості діяльності товариств;
* розмежування повноважень між органами управління товариства;
* урахування законних інтересів зацікавлених осіб;
* формування та розвиток культури корпоративного управління.

Формування та розвиток культури корпоративного управління потребує:

* + розробки та запровадження Кодексу (національних принципів) корпоративного управління;
  + створення комплексної, постійно діючої системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців з питань корпоративного управління;
  + проведення наукових, науково-практичних конференцій і семінарів з актуальних проблем корпоративного управління;
  + поширення серед населення інформації про питання та проблеми корпоративного управління, популяризації загальноприйнятих принципів корпоративного управління;
  + проведення досліджень з актуальних проблем корпоративного управління в Україні;
  + запровадження системи оцінювання рівня корпоративного управління.

Відомо, що визначальним фактором успіху провідних корпорацій є використання методів стратегічного управління, серед яких чільне місце займають методи формування корпоративної культури підприємства. Вважаємо, що створення відповідної концепції та методів формування корпоративної культури є основою їх сталого розвитку в майбутньому.

Щодо теоретичних основ формування корпоративної культури, то в різних наукових джерелах знаходимо такі її визначення:

1. корпоративна культура включає в себе наступні поняття
   * mind identity - наявність у персоналу підприємства компанії загального розуміння корпоративної ідеології;
   * visual identity - візуальна символіка корпоративної ідеології (логотип);
   * behavior identity - поведінка компанії i персоналу у вiдповiдностi з корпоративною ідеологією.
2. корпоративну культуру можна визначити як сферу менеджменту, пов'язану з розвитком інтеграційних процесів управлення, яка включає в якості основних компонентів цінності членів трудового колективу організації, переконання, норми поведінки i комунікаційної взаємодії працівників в процесі трудової діяльності, елементи матеріального середовища i тим самим відображають iндивiдуальнiсть даної організації;
3. корпоративна культура - це сукупність прийнятих на даному підприємстві норм i правил поведінки по відношенню до клієнтів i партнерів, а також культура мiжособових стосунків на підприємстві. Це - втілення "духу компанії", коли всі співробітники - від керівників до виконавців чітко усвідомлюють задачі компанії i прикладають максимум зусиль для їх реалізації.

З поняттям "корпоративної культури" тісно пов'язана система управління. Взаємозалежність та взаємовплив між ключовими елементами менеджменту організації ілюструє модель американської консалтингової фірми МакКiнсi "7S". Вона включає 7 елементів - системи, стратегії, зв'язки, стиль, співробітники, навички, цінності.

За великим рахунком, організація - це складна соцiотехнiчна система, котра працює тим ефективніше, чим більше у неї ознак колективного організму. Що це за ознаки? Наведемо найбільш важливі.

*1. Цілеспрямованість:* організація існує для виконання певної місії, необхідної для життєдіяльності надсистеми (міста, регіону, нації, людства).

*2. Функціональність:* в організації якісно виконуються основні групи системних функцій (наприклад, вистежування розвитку зовнішнього середовища, синхронізація внутрішніх ділових процесів, стратегічне управління, виробництво i надання послуг).

*3. Спецiалiзацiя:* елементи організації (підрозділи i окремі співробітники) виконують лише одну системну функцію, оскільки системні функції є важко сумісними.

*4. Компетентність:* здатність кожного елемента якісно виконувати свою функцію визначається здібностями i відповідною квалiфiкацiєю.

*5. Цiлiснiсть:* стан кожного елемента організації впливає на всю організацію, отже - i на всі iншi елементи системи ("все впливає на все").

Перераховані ознаки фактично є системними принципами. Тож порушення будь-якого з них погіршує стан організації аж до її повного розвалу. Зате правильне застосування системних принципів до конкретних умов організації дозволяє створити її ідеальну модель - зразок, до якого треба прямувати. Справжня ідеальна модель стає критерієм правильного розвитку організації. Більш того, вона починає ніби притягувати до себе i перетворюється на реальний чинник організаційного вдосконалення. Як створити таку модель, показати шляхи її досягнення, донести її до кожного члена організації? Це завдання корпоративної філософії i корпоративної культури.

#### Література

Закон України “Про підприємництво”// Відомості Верховної Ради України. – 1991.-№14. – Ст. 84.

Львов Ю.А. Основы экономики и организации бизнеса. – С-П.: ГМП «Формика», 1992. – 385 с.

Основи ринкової економіки / За ред. В.М. Петюха. – К.: Урожай, 1995. – 398 с.

Петюх В.М. Ринкова економіка: Настільна книга ділової людини. – К.: Урожай, 1995. – 430 с.

Рузавин Г.И. Основы рыночной экономики: Учебное пособие для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – 423 с.

Соболь С.Н. Предпринимательство: Начало бизнеса. – К., 1994. – 176с.