

**МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ**  
**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ФІНАНСІВ**

Рівень вищої освіти Бакалавр

Шифр та назва спеціальності 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Менеджмент»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**В.о. завідувача кафедри д.е.н., професор,**

(науковий ступінь, вчене звання)

Омельченко В.Я.

(ПП завідувача кафедри)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

Трущева Галина Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Місія управління підприємством та її розвиток в умовах ринкової трансформації в Україні».

керівник роботи Петрик І.В., PhD, старший викладач \_\_\_\_\_,  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Маріупольського державного університету від «23» лютого 2023 року № 30.

2. Строк подання студентом роботи «31» травня 2023 року

3. Вихідні дані до роботи (мета, об'єкт, предмет)

Мета роботи: визначити особливості місії підприємства в умовах ринкової трансформації

Об'єкт дослідження: процес визначення місії підприємства

Предмет дослідження: теоретичні положення та практичні рекомендації щодо формування місії підприємства в умовах ринкової трансформації України

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретичні основи управління підприємством.

1.1 Управління підприємством: сутність, функції, умови здійснення.

1.2 Організаційно-правові форми розвитку підприємства.

1.3 Місія підприємства як вектор подальшого функціонування та розвитку.

Висновки до розділу 1.

Розділ 2. Особливості функціонування та аналіз розвитку підприємств в Україні.

2.1 Аналіз розвитку підприємств в Україні.

2.2 Проблеми розвитку підприємства та шляхи їх подолання (на прикладі компанії Метінвест).

2.3 Правове регулювання діяльності підприємств.

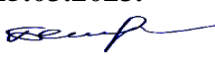





Висновки до розділу 2.

Розділ 3. Удосконалення місії підприємства в умовах ринкової трансформації в Україні.

3.1 Впровадження інновацій та розвиток зеленої енергетики - як пріоритетна місія ТОВ «Метінвест».

3.2 Місія як основний елемент комунікації підприємства.  
Висновки до розділу 3.

#### 5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Петрик І.В., PhD, старший викладач	15.03.2023. 	15.03.2023 
Розділ 2	Петрик І.В., PhD, старший викладач	03.04.2023. 	03.04.2023 
Розділ 3	Петрик І.В., PhD, старший викладач	20.04.2023. 	20.04.2023 

6. Дата видачі завдання «15» березня 2023 року

#### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікації роботи	до 06.02.2023	
2.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи та наукового керівника	23.02.2023	
3.	Консультація з науковим керівником	Постійно	
4.	Робота з науковою літературою. Визначення плану кваліфікаційної роботи	до 15.03.2023	
5.	Робота над теоретичною частиною кваліфікаційної роботи	15.03.2023-03.04.2023	
6.	Подання на перевірку теоретичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 03.04.2023	
8.	Робота над аналітичною частиною кваліфікаційної роботи	03.04.2023-01.05.2023	
9.	Подання на перевірку аналітичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 01.05.2023	
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	24.05.2023	
11.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	до 31.05.2023	
12.	Захист кваліфікаційної роботи	13.06.2023 -17.06.2023	

Студент



Трущева Г.С.

Науковий керівник роботи



Петрик І.В.

## ЗМІСТ

Вступ	4
Розділ 1. Теоретичні основи управління підприємством	6
1.1. Управління підприємством: сутність, функції, умови здійснення	6
1.2. Організаційно-правові форми розвитку підприємства	16
1.3. Місія підприємства як вектор подальшого функціонування та розвитку	22
Висновки до розділу 1	28
Розділ 2. Особливості функціонування та аналіз розвитку підприємств в Україні.	29
2.1. Аналіз розвитку підприємств в Україні	29
2.2. Проблеми розвитку підприємства та шляхи їх подолання (на прикладі компанії Метінвест).	32
2.3. Правове регулювання діяльності підприємств.	38
Висновки до розділу 2	43
Розділ 3. Удосконалення місії підприємства в умовах ринкової трансформації в Україні.	44
3.1. Впровадження інновацій та розвиток зелено енергетики- як пріоритетна місія ТОВ «Метінвест»	44
3.2. Місія як основний елемент комунікації підприємства	49
Висновки до розділу 3	53
Висновки	54
Список використаних джерел	56

## ВСТУП

Кожне підприємство функціонує у відповідних умовах навколишнього середовища, підлаштовуючи свої діяльність під вплив тих чи інших чинників політичного, економічного, соціального, інноваційного та іншого характеру. Для того, щоб ідентифікувати себе в ринковому середовищі – підприємству необхідно вміти заявити про себе, сформувати у клієнтів відповідний імідж, довіру, зацікавленість, щоб за тима чи іншими ознаками суспільство розуміло, що це за підприємство.

Окрім цього кожне підприємство повинно сформувати в середині себе колектив, який матиме спільні цілі, мету, певний вектор розвитку, підкріплений відповідними завдання, щоб весь трудовий колектив рухався в одному напрямку, націлювавши всі свої ресурси (наявні та скриті) на досягнення запланованих показників. Беручи до уваги вищезазначене, постає необхідність дослідити, що таке місія підприємства, для чого вона потрібна і як її сформувати.

Так, кожен керівник повинен міркувати, приймаючи те чи інше рішення: «Чим ми наразі займаємось?», «Чим ми будемо займатись?», «До чого призведе наша діяльність в майбутньому?». І саме відповіді на зазначення питання допоможуть оцінити як масштаби подальшої діяльності, так і глибину перетворень в тому чи іншому підприємстві, а також відповідний характер управління подальшими змінами. І саме відповіді на поставлені запитання уособлюються визначається у місії підприємства.

Місію підприємства досліджували багато зарубіжних та вітчизняних вчених: Друкер П., Могилова Ю., Краюшкін В., Тарнавский В., Шведа Н., Смерек В., Шевченко І., Селюкова М. та багато інших.

Мета роботи: визначити особливості місії підприємства в умовах ринкової трансформації.

Об'єкт дослідження: процес визначення місії підприємства.

Предмет дослідження: теоретичні положення та практичні рекомендації щодо формування місії підприємства в умовах ринкової трансформації України.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати наукові підходи щодо терміну «місія» підприємства.
2. Дослідити особливості формування місії підприємства.
3. Проаналізувати вплив місії на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства.
4. Дослідити необхідність врахування чинників ринкового середовища на зміну місії підприємства.
5. Проаналізувати місію промислового підприємства, дослідити її особливості з урахуванням тенденцій сьогодення.
6. Запропонувати тенденції, які слід враховувати при формуванні місії підприємства.

Методи дослідження: теоретичний аналіз, синтез, узагальнення, математичні методи, кількісна та якісна обробка даних.

Робота складається із вступної частини, трьох розділів, має висновок, а також список використаних наукових джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи складає 58 сторінок.

Результати особистих досліджень було презентовано під час IV Форуму молодих науковців (Маріупольський державний університет, 18 травня 2023 р.).

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

### 1.1. Управління підприємством: сутність, функції, умови здійснення

Що таке підприємство, яка його роль в ринковій економіці? Відповідь на це питання має велике значення для економіки будь-якої країни, а також це є важливим для господарської практики. Як відомо, підприємство виступає головним суб'єктом господарської діяльності, здійснюючи діяльність в промисловій та непромисловій сферах економіки країни, забезпечуючи створення валового внутрішнього продукту (ВВП). Дослідженням підприємства, його сутності, вивченням функцій, ролі, умов функціонування займалось багато вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Огренич Ю.О., Діброва В.О., Дергачова В.В., Курт Майнка Марсель, Мартиненко О.В., Котельникова Ю.М., Петрик І.В., Толпежнікова Т.Г., Толпежников Р.О. Омельченко В.Я. та багато інших.

Специфічні умови ринкової економіки, а також чинники глобального впливу змушують вітчизняні підприємства шукати нові підходи до управління, іноді кардинально змінюючи методи, інструменти та механізми. У зв'язку із чим вважаємо необхідним дослідити особливості управління підприємством.

Економісти минулого виділили три фактори виробництва: землю, працю і капітал. Сучасний корпоративний досвід показує, що процвітання країн з розвинутою ринковою економікою забезпечується вмілою реалізацією їхнього підприємницького потенціалу як четвертого фактора виробництва. Отже, термін «підприємство» породжує термін «підприємництво», яке є також буде важливим. Цей термін запозичено з Франції, воно було в діловому словнику на початку 18 століття. Французький економіст Рішар Кантільон характеризував незалежного підприємця (ремісника, фермера, торговця) як індивідуального виробника і власника, діяльність якого неминуче пов'язана з певним ступенем економічного ризику. Тривалий час (з кінця 19 століття до нашого часу) підприємець не обов'язково є власником. Виникнення кредитної системи зруйнувало явище об'єднання власника і підприємця в одній особі. Щоб стати підприємцем, не

обов'язково володіти нерухомістю і мати реальний капітал. Користуючись образними словами, можна сказати: головний капітал підприємця – не гроші, знаряддя чи предмети праці, а економічний талант, уявлення про суспільні потреби та знання психології споживача. Вони в кінцевому підсумку визначають очікуваний прибуток.

Важливо також відрізнити підприємництво від менеджменту та підприємця від менеджера (керівника). Підприємець – це незалежний суб'єкт ринку, який діє на свій страх і ризик, несе персональну відповідальність за результати своєї підприємницької діяльності. Менеджер – це найманець, який організовує виконання поставлених підприємцем завдань. Як правило, він не несе матеріальної відповідальності за свої дії. Отже, підприємництво - це самостійна, ініціативна господарсько-фінансова діяльність громадян, спрямована на одержання прибутку (доходу) і здійснюється від свого імені, на власний ризик і під свою майнову відповідальність або від імені та під майнову відповідальність юридична особа - товариства (організації).

Термін «підприємництво» не слід ототожнювати з терміном «бізнес», який є ширшим і включає будь-який вид діяльності (включаючи шахрайство), що приносить дохід або особисту вигоду. Сучасна економічна наука визначає підприємництво як особливий вид діяльності, що базується на таких ознаках: свобода у виборі напрямків і методів діяльності, самостійність у прийнятті рішень; постійна наявність фактора ризику; співвідношення з комерційним успіхом (прибутком); інноваційний характер діяльності. Підприємництво – як особлива форма діяльності, а також як певний стиль і тип економічної поведінки, що характеризується: ініціативою та пошуком нетрадиційних рішень у бізнесі; готовність до ризику; гнучкість і постійне самооновлення. Цілеспрямованість та наполегливість у діловому житті.

Основними принципами, за якими здійснюється підприємництво, є: вільний вибір виду діяльності на добровільних засадах; участь майна та коштів юридичних осіб і громадян у підприємницькій діяльності; самостійне розроблення програми діяльності, вибір постачальників і споживачів продукції, що випускається,

встановлення цін відповідно до собівартості продукції та дотримання чинного законодавства; безкоштовний лізинг працівників; Залучення та використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, використання яких не заборонено чи обмежено законом; безоплатний розподіл прибутку, що залишився після встановленої виплати; самостійне здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємцем (юридичною особою); використання кожним підприємцем своєї частки валютної виручки на власний розсуд.

Сутність підприємництва глибше розкривається через основні функції: інноваційну (творчу), ресурсозберігаючу, організаційну, стимулюючу (мотивуючу). Інноваційна (творча) функція включає сприяння генерації та реалізації нових комерційних ідей, реалізації техніко-економічних, наукових розробок, проектів, пов'язаних з економічним ризиком. Ресурсна функція передбачає мобілізацію матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів на добровільній основі. Організаційна функція полягає в безпосередній організації виробництва, розповсюдження, реклама тощо; Має значення поєднання ресурсів в оптимальних пропорціях і здійснення контролю за їх виконанням. Стимулююча (спонукальна) функція зводиться до формування стимулюючого механізму ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління та організації виробництва, а також максимального задоволення потреб споживачів.

Підприємництво як явище економічного життя завжди розвивається в конкретному соціально-економічному та історичному контексті. Тому для її безпосереднього відтворення необхідні певні передумови, а саме функціонування в суспільстві багатосуб'єктного (приватного, колективного, державного, кооперативного) власника. Це сприяє свободі підприємницької діяльності, можливості приймати рішення щодо використання майна, продукції, прибутку та вибору ділових партнерів на свій страх і ризик. Тому шляхом створення економічних умов для підприємництва в країні є роздержавлення та приватизація власності, а також демонополізація фермерських господарств.



До політичних передумов підприємництва належить створення сприятливого політичного клімату для підприємництва. Це можливо завдяки розробці та реалізації стабільної політики в країні. Вона повинна забезпечити всім суб'єктам господарювання гарантії щодо збереження їх власності, виключення можливості націоналізації та експропріації. Державні структури повинні захищати всі види власності, у тому числі інтелектуальну (винаходи, інновації, нові організаційні методи), створювати сприятливий бізнес-клімат шляхом реалізації відповідної податкової, кредитної, митної та іншої політики.

Законодавчі вимоги до підприємництва базуються на законах і нормативних актах, розроблених в країні. Останнє покликане створити однакові «правила гри» для всіх учасників ринкових відносин, тобто забезпечити рівні права та повну свободу для недопущення втручання органів державного управління в господарську діяльність суб'єкта, крім випадків, передбачених за законом. Справа в тому, що підприємці можуть діяти незалежно і вільно в рамках закону. Коли змінюються умови економічного і соціального життя, змінюються закони («правила гри»), а тому терміни «незалежний» і «вільний» набувають нового значення. Варто пам'ятати, що в сфері бізнесу, крім суворо формалізованих відносин, заснованих на правових актах, існують і неформальні відносини між господарюючими суб'єктами: довіра, джентльмен, чесне слово і т. д. Однак перерахованих передумов небагато. Важливий психологічний фактор. Її суть – позитивне ставлення суспільства до підприємництва. Якщо цього не станеться, розвиток підприємництва буде сповільнено. Підприємницька діяльність здійснюється від імені та під майнову відповідальність окремих суб'єктів.

Суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями) можуть бути: громадяни України, інших держав, дієздатність яких не обмежена законом, юридичні особи. Громадяни або фізичні особи виступають у цій якості:

а) організаторами індивідуального виробництва, використовуючи належні їм засоби виробництва і власну працю;

б) організатори виробництва, в якому використовуються капітал і наймана праця. Юридичні особи (товариства, кооперативи, спільні підприємства,

різноманітні клуби, асоціації та ін.) як суб'єкти підприємницької діяльності здійснюють масштабну порівняно з одноосібною діяльністю з обов'язковим залученням тимчасових працівників. Особливо важливо висловлювати думку з питань підприємницької діяльності через державу та її компетентні органи (адміністративно-господарські одиниці, державні органи, у тому числі міністерства, комітети).

За загальними правилами ринкової економіки суб'єктом ринкових відносин, тобто підприємцями, може бути держава. Як власник він делегує ці завдання корпораціям, асоціаціям, кооперативам, загальним, індивідуальним та іншим компаніям. Це пояснюється тим, що держава є організатором загальних правил підприємництва і повинна контролювати їх виконання. У нашій країні підприємницькою діяльністю не мають права займатися такі категорії громадян: військовослужбовці, працівники органів прокуратури, суду, державної безпеки, органів внутрішніх справ, державного нотаріату, а також органів державної влади та управління. органи, які повинні контролювати діяльність підприємств. Окремим категоріям громадян, зокрема несудимим, також забороняється займатися підприємницькою діяльністю. Такі обмеження підприємницької діяльності існують в усьому світі і зумовлені, насамперед, необхідністю забезпечення всім фізичним і юридичним особам рівних можливостей щодо свободи підприємницької діяльності (можливості набувати економічні ресурси, організовувати виробничий процес свого виробництва). вибір , продаж товарів на ринку) і свобода вибору (можливість використовувати капітал у будь-якій сфері; бути суверенним у споживанні; по-друге, ставити в не вигідне становище осіб, які працюють у владних структурах і беруть участь у розробці законів, нормативних актів, державними розпорядженнями, міжурядовими угодами та може створювати пільгові умови для одного із суб'єктів, отримуючи натомість певні пільги, і тим самим убезпечити суспільство від зловживань і корупції, по-третє, позбавити нечесних, нечесних і злочинних осіб права на господарську діяльність.

Пропонуємо відобразити головні функції управління у вигляді рис. 1.1.



Рис. 1.1. Головні функції управління підприємством

Слід звернути увагу, що всього в науковій літературі виділяють чотири функції управління, зокрема, планування своєї діяльності, її організація, мотивація підлеглих щодо здійснення тих чи інших заходів та контроль. Проте необхідно не забувати і про корегування, адже саме планування та контроль дозволяють в подальшому процесі управління корегувати свої дії, а потім знову використовувати чотири головних функції щодо управління підприємством. Таким чином, використовуючи зазначені функції, і відбувається функціонування та подальший розвиток підприємства в сучасних умовах.

Коли мова йде про управління підприємством, то вкрай важливо приділити увагу питанням сучасних форм, а отже і методів управління (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

#### Організаційні форми сучасного управління підприємствами

Назва	Характеристика
Лінійна форма	Процес управління здійснюється у взаємовідносинах між начальником і підлеглим за ієрархічною структурою згори донизу. Усі розпорядження йдуть від одного начальника, а для керівника

	<p>кожного ієрархічного рівня важливою проблемою є підбір оптимальної кількості підлеглих, якими можна ефективно управляти. Керівник підрозділу повинен приймати рішення з багатьох проблем виробничо-фінансової діяльності. Основним недоліком цієї форми організаційної структури є надто складна процедура прийняття управлінських рішень (рішення надходять згори донизу, а дозвіл на кожний крок діяльності необхідно отримати знизу догори через усю ієрархію керівників).</p>
Функціональна форма	<p>Загальні для кількох підрозділів функції управління передаються одному органу (підрозділу) або виконавцю. Цей виконавець виконує однорідні за змістом або технологією робіт функції й отримує накази від кількох керівників. Таким чином, субординація в управлінні здійснюється за функціями. Позитивною стороною такої організаційної форми є уникнення дублювання діяльності виконавців, кожен з яких може доводити до найдосконаліших форм виконання окремої функції. Недоліки – це відсутність єдності при отриманні розпоряджень, погіршення координації в управлінській діяльності зі зростанням складності виробничого процесу і поглибленням спеціалізації.</p>
Лінійно-функціональна форма	<p>Управлінські рішення розробляють висококваліфіковані й досвідчені спеціалісти, а розпорядження віддаються по лінійних ланках. В основі всіх трьох наведених форм лежить принцип, згідно з яким у кожного підлеглого може бути лише один начальник.</p>

Програмно-цільова форма	<p>За програмно-цільової структури управління виділяють керівників окремих проектів або підрозділів, які дають розпорядження щодо найефективнішого використання всіх ресурсів (матеріальних, трудових і фінансових) для досягнення конкретних цілей виробництва. Такими цілями може бути будівництво нового заводу або цеху, реконструкція діючого підприємства, конструювання і розробка нової техніки тощо. Керівник проекту отримує завдання від вищого керівництва і звітує перед ним. Йому, у свою чергу, підпорядковується цілий штат працівників. Окремі підрозділи виконують певні завдання, що ускладнює координацію між ними. З метою узгодження їх діяльності створюється єдиний координаційний орган. З часом підрозділи можуть бути перетворені на внутрішні фірми, тобто відносно незалежні господарські одиниці, які мають більшу самостійність.</p>
Дивізійна форма	<p>Дивізійна структура управління поєднує управління за продуктивним (коли материнська компанія відповідає за діяльність фірми у даній країні) та регіональними принципами (коли дочірня компанія об'єднує філіали в інших країнах). Головними елементами цієї форми управління є відділи, які наділені оперативною самостійністю, вступають у договірні відносини між собою і на основі отримання прибутків здійснюють самофінансування. Вище керівництво за цієї форми управління приймає стратегічні рішення, які визначають розвиток компанії на тривалу перспективу (постановка довготривалих цілей, розширення масштабів виробництва, модернізація підприємств, впровадження у виробництво нових видів продукції тощо). За таким принципом здійснюється управління в могутній американській корпорації «ІВМ», причому тут застосовується й програмно-цільова форма управління.</p>

Матрична форма	Матрична організаційна структура управління поєднує лінійну, програмно-цільову та функціональну форми, їх вибір і поєднання залежать від типу виробництва, характеру технологічних операцій, від поставленої мети. Так, за масового серійного виробництва адекватнішими є лінійні та функціональні форми, за необхідності розробки нової техніки – програмно-цільова організаційна форма управління
----------------	---

\*сформовано автором

Дані, наведені в табл. 1.1. свідчать, що вибір форми управління залежить від багатьох чинників, зокрема, - це чинники історичного, культурного характеру тієї чи іншої країни. В залежності від обраної форми управління будуть використовуватись ті чи інші методи, інструменти та прийоми. Варто акцентувати уваги, що всі методи та інструменти можуть змінюватись під впливом чинників як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

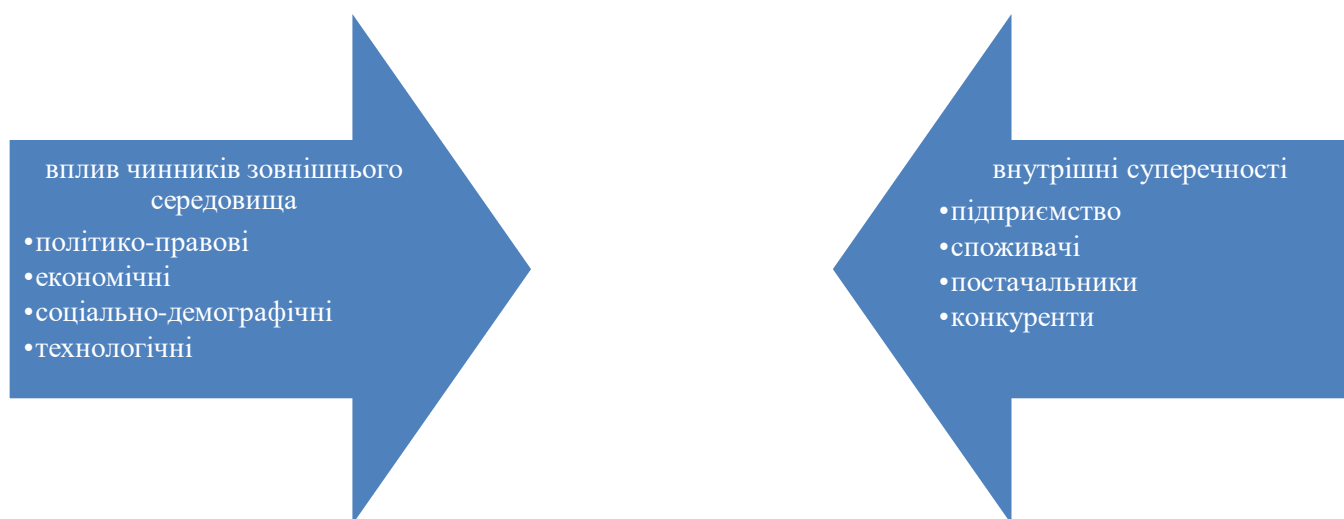


Рис. 1.1. Джерела розвитку підприємства в умовах ринкової економіки

Дані, наведені на рис. 1.1 свідчать, що кожне підприємство функціонує в умовах ринкової економіки, під впливом чинників глобалізаційного середовища. Ці чинники, які породжуються зовнішнім середовищем, мають різну природу

походження (політичні чинники, правові чинники, чинники соціального та демографічного характеру, технологічні тощо). Окрім цього, є і внутрішні суперечності в розвитку, які викликані діяльністю самого підприємства, споживачами, постачальниками та конкурентами. Варто також з'ясувати, що ці внутрішні суперечності викликані також внутрішнім середовищем. І саме група цих двох чинників і визначає подальший розвиток підприємства, його цілі, пріоритети, задачі.

Таким чином, в умовах ринкової економіки, яка підтверджена чинникам впливу глобального середовища дуже важливо приділяти увагу управлінню, адже від даного процесу буде залежати подальший розвиток та функціонування будь-якого суб'єкта господарювання, зокрема підприємства. Саме тому менеджерам весь час вкрай важливо відслідковувати чинники впливу як зовнішнього, так і внутрішнього середовища та за необхідності змінювати інструменти та механізми впливу. Лише за цих умов можливо досягти стабільного розвитку та функціонування.

## **1.2. Організаційно-правові форми розвитку підприємства**

Підприємство - це самостійний суб'єкт господарювання, який має права юридичної особи і здійснює виробничу, науково-дослідну та комерційну діяльність з метою одержання прибутку. Так, компанія є найважливішою галуззю країни. Від ступеня діяльності підприємства залежить процес виробництва матеріальних благ, задоволення потреб людини, рівень її життя, результати використання засобів виробництва, науково-технічний прогрес, тобто ефективність господарювання. Держава має стимулювати створення та розвиток бізнесу. У діловій літературі терміни «компанія» і «компанія» часто вживаються як тотожні. Точніше, компанія - це організація, яка володіє компанією та здійснює на ній господарську діяльність. В економічній теорії термін «компанія» найчастіше використовується для підкреслення її цілісності як суб'єкта господарювання. Однак компанія може

володіти або контролювати кілька виробничих одиниць, у тому числі фабрику, кар'єр, шахту тощо.

Таким чином, компанія – це незалежний суб'єкт господарювання, створений для надання продуктів і послуг для отримання прибутку, організація, яка веде свій бізнес під одним ведмедем конкретне найменування, є юридично та економічно самостійним та зареєстрованим відповідно до чинного законодавства. Основні характеристики компанії: незалежність в економічній системі країни. Підприємство має самостійний баланс, рахунок в установі банку, скріплений найменуванням та фірмовою печаткою підприємства. тобто завершений цикл відтворення. продукція, що виробляється підприємством, може приймати форму товару в умовах поділу праці; компанія є незалежним виробником, тобто виробляє більшу частину продукції для власного споживання та для клієнтів; компанія повинна бути незалежною, але при цьому приносити прибуток, тобто бути прибутковою; у його складі немає інших юридичних осіб, але він може мати складну внутрішню структуру; всі підрозділи компанії є юридичними особами, тобто не мають права самостійно виступати суб'єктами ринкових відносин; компанія має власну робочу силу зі специфічними інтересами. Важлива частина життя людини проходить в компанії, за допомогою колективу відбувається її розвиток і духовне зростання. Економічний успіх компанії залежить від атмосфери в колективі; підприємство є частиною народногосподарського комплексу, який визначається з урахуванням розподілу праці. Вона повинна мати власну нішу в національній економіці та знаходити покупців на свою продукцію на конкурентних умовах.

За формою власності підприємства поділяються на:

- підприємства приватного характеру (засновані на власності окремого громадянина з правом використання найманої праці);
- підприємства колективного характеру (засновані на власності трудового колективу, кооперативу, іншого правового товариства, громадської чи релігійної організації);
- підприємства державного характеру;
- підприємства змішаного характеру (змішаного типу).



Серед колективних форм підприємництва найпоширенішою є кооператив. Кооператив - це об'єднання громадян з метою спільного виробництва і реалізації продукції, придбання і споживання товарів і послуг, будівництва, споживання житла тощо. Ознаки кооперативу: юридична особа; членство на основі пайових внесків; о характеризується необмеженою відповідальністю; індивідуалізм зберігається в розподілі пропорційно частці. Переваги кооперативу: проста процедура вступу та виходу з кооперативу; оспільними зусиллями для вирішення спільних завдань; Відсутність кооперативної форми є обмеженням економічної свободи через необхідність узгодження інтересів членів кооперативу. Державна компанія – це компанія, основні фонди якої є державною власністю, а керівники якої призначаються державними органами або працюють за контрактом. Муніципальні компанії належать адміністративним і регіональним органам влади.

Форми державних підприємств: з неподільною формою власності та повною приналежністю до державної власності (унітарне підприємство); її контрольовані державою через контрольний пакет акцій (компанії з правом прийняття державних рішень); її часткою власності держави в статутному капіталі менше 50%, з представниками державних органів, які представляють інтереси держави.

Класифікація компаній за розміром Відповідно до Господарського кодексу України компанії поділяються на: малі (чисельність працівників менше 50 осіб, валовий дохід менше 500 000 євро); середній (налічує 50-1000 співробітників, валовий дохід від 500 000 до 5 млн євро) великий (налічує більше 1000 співробітників, валовий дохід понад 5 млн євро). Важливою умовою діяльності компанії є можливість розпоряджатися своїм майном на підставі юридичної власності або права повного господарського відання. Під останнім розуміється державне підприємство, яке має право на власний розсуд розпоряджатися закріпленим за ним державним майном і вчиняти всі дії щодо майна. Ви не повинні суперечити чинному законодавству та Статуту Компанії. Підставою для створення товариства є рішення власника земельної ділянки або уповноваженого ним органу або рішення трудового колективу про виділення одного або кількох структурних

підрозділів зі складу діючого товариства за згодою власника, або уповноважений ним орган.

Такою підставою також може бути вимушений розподіл іншого підприємства відповідно до положень антимонопольного законодавства України. Ліквідація та реорганізація шляхом злиття, приєднання, виділення, перетворення товариства здійснюється за рішенням власника. В окремих випадках, передбачених Законом України «Про підприємницьку діяльність в Україні», - за рішенням власника та трудового колективу, а також за рішенням суду. Крім того, припинення виробничої та іншої діяльності підприємства можливе у разі прийняття рішення про заборону його діяльності за порушення норм чинного законодавства, визнання недійсними установчих документів у судовому порядку та визнання рішення про створення підприємства воно є банкрутом. Відповідно до Закону про банкрутство підприємство визнається банкрутом, якщо воно не виконує вчасно зобов'язання перед бюджетом або кредитором. Це можливо лише за рішенням господарського суду.

Широко відомі три основні організаційно-правові форми підприємницької діяльності: індивідуальна (одноосібна власність); товариства (товариства); Компанія. Кожна з цих форм має певні переваги та недоліки. Приватні підприємці належать одній особі, яка бере на себе як фінансовий ризик, так і повну відповідальність за ведення бізнесу. Підприємець є водночас і керівником, і власником, і бухгалтером, і працівником. Індивідуальне підприємництво є однією з найпростіших форм організації бізнесу і пропонує наступні переваги: відносно проста реєстрація, незначні витрати на створення та реєстрацію; повна незалежність, свобода та ефективність підприємницької діяльності; максимальні можливі стимули для максимально ефективного управління; забезпечення конфіденційності діяльності, збереження комерційної таємниці. Проте така форма підприємництва має суттєві недоліки.

По-перше, існують проблеми із залученням великого капіталу, а власних фінансових ресурсів індивідуального підприємця часто не вистачає для розвитку його бізнесу. Через низьку платоспроможність комерційні банки неохоче надають

таким підприємцям великі кредити та стягують більшу комісію за користування ними. По-друге, повна відповідальність за боргами. Отже, у разі невдалого ведення бізнесу ФОП може втратити як особисті заощадження, так і все своє майно, яке використовується для погашення боргів перед кредиторами. По-третє, відсутність спеціалізованого менеджменту, що, безумовно, негативно позначається на ефективності підприємницької діяльності. Адже всі адміністративні функції одноосібний власник виконує сам. Однак не всі люди можуть це зробити. По-четверте, невизначеність умов ведення бізнесу. Підприємницька діяльність цієї організаційної форми припиняється з юридичною силою у разі неплатоспроможності, позбавлення волі за вчинення злочину, психічної хвороби або смерті фізичної особи - підприємця. Товариство (товариство) як форма організації бізнесу зазвичай є логічним продовженням розвитку окремого підприємства. Ця організаційно-правова форма підприємницької діяльності передбачає об'єднання капіталу дві або більше окремих фізичних чи юридичних осіб рівномірно розподіляють ризики, прибутки та збитки; спільний контроль результатів господарської діяльності; активну участь у його роботі.

Основою відносин між учасниками товариства є договір. За ступенем участі засновників (акціонерів) у діяльності товариства прийнято розрізняти товариства: повне товариство (з повною відповідальністю), товариство з обмеженою відповідальністю та товариство з обмеженою відповідальністю. Спільне підприємство - це об'єднання громадян та/або юридичних осіб з метою спільної господарської діяльності на основі договору між ними. Все товариство більше не є юридичною особою, його учасники зберігають повну незалежність, але несуть повну солідарну відповідальність за зобов'язаннями, якими володіє компанія, так і за своїми власними зобов'язаннями. Ця форма використовується, коли переважає частка інтелектуальної праці (посередництво, аудит, юридичні фірми). Товариство з обмеженою відповідальністю засноване на зобов'язанні, яке обмежується лише капіталом компанії, і підприємець не несе відповідальності своїм майном. Ця форма менш ризиківана для підприємця і тому є найпоширенішою. Змішане товариство (командитне товариство) – об'єднання кількох фізичних та/або юридичних осіб для

спільної діяльності на основі договору. До його складу входять звичайні учасники (загальні товариші), які несуть повну (необмежену) відповідальність за зобов'язаннями товариства, і вкладники (командери), які відповідають за зобов'язаннями товариства лише своїми внесками. Спільним для всіх типів компаній (товариств) є те, що вони заснуються та діють на основі установчого договору між партнерами. Договір повинен містити наступну інформацію: повноваження партнерів; розмір інвестованих кожним із них коштів, порядок розподілу прибутку та можливі збитки; Особливості здійснення фінансово-бухгалтерських операцій на підприємстві; порядок прийняття нових акціонерів та ліквідації товариства.

Переваги торгових асоціацій включають:

- зростання фінансових можливостей;
- більша довіра з боку кредитних установ;
- зниження ризику неплатоспроможності;
- підвищення ефективності за рахунок обміну досвідом і розподілу функціональних обов'язків.

Про мінуси:

- загострення протиріч між інтересами акціонерів;
- розбіжності щодо розробки єдиної стратегії;
- розбіжності в управлінських рішеннях компанії (акціонерного товариства); - форма об'єднання капіталу учасників акціонерного товариства (АТ). Він засвідчує внесок капіталу у формі акцій і дає право акціонеру отримувати дохід і брати участь в управлінні компанією. Відкриті товариства бувають відкритими (АТ) і закритими (АТ). Різниця між ними полягає в тому, що АТ не випускають акції або випускають їх без права вільної купівлі-продажу, тоді як АТ випускають акції, які можуть вільно купуватися-продаватися.

Переваги публічних компаній:

- значно кращі умови залучення коштів;
- зниження ризику неплатоспроможності;
- відносно більша стійкість;
- ефективний менеджмент і служба маркетингу.

Недоліки публічних компаній:

- організація та ліквідація АТ вимагає значних витрат.
- розбіжності на користь учасників АТ ускладнюють ефективне управління;
- складна організаційна структура управління породжує бюрократію.

Перехід до інноваційної моделі підприємницької діяльності призводить до появи нових форм:

- венчурна компанія;
- машинобудування;
- лізинг;
- технопарки;
- торгова мережа;
- франчайзинг.

Венчурна компанія фінансує високотехнологічні проекти, проводить розробки та тестування впровадження.

Партнери венчурної компанії:

- професіонали у сфері підприємницької та управлінської діяльності;
- інституційні інвестори (інвестиційні банки, страхові компанії, пенсійні фонди). Менеджери вкладають лише 1% інвестицій, але беруть на себе повний ризик управління компанією. Інституційні та приватні інвестори фінансують і ризикують своїми інвестиціями. Менеджмент отримує приблизно 20% прибутку, а інвестори – близько 80%. Інжиніринг – це система надання послуг консалтингової компанії компанії-клієнту при будівництві промислових та інших об'єктів. Лізинг - це форма довгострокової оренди, де орендарем є лізингова компанія. Орендар бере на себе відповідальність за утримання орендованого майна, а також за сплату лізингових платежів, податків і страхових платежів. Лізингові компанії мають такі ж вимоги, як і банки, при кредитуванні орендарів. Проте спектр послуг значно ширший: надання інженерно-консультаційних послуг, післяпродажне обслуговування; навчання персоналу з обслуговування обладнання та ін. Ця форма підприємництва дуже зручна для малого та середнього бізнесу з обмеженими фінансовими можливостями.

Технопарк – форма венчурного підприємництва, яка об'єднує навчальні та науково-дослідні установи, а також середні та малі компанії, які хочуть отримувати великі прибутки від своїх розробок. Франчайзинг – надання великими компаніями (франчайзерами) малому та середньому бізнесу (франшизі) права продавати свої товари (послуги) під своїм брендом. Для цього франчайзі спочатку робить внесок в основну компанію, а потім щомісяця виплачує. Франчайзингова компанія діє згідно з положеннями та правилами, встановленими франчайзером. Поширені в громадському харчуванні, автосервісах, побутових послугах, туризмі, роздрібній торгівлі та ін. Різні варіанти розміщення магазинів; реклама для сейлз-хаусу; Просвітництво; внутрішній; корпоративна ідентичність; навчання продавців умінню консультувати покупців з питань якості та використання товарів; розуміння психології покупця та активний вплив на його бажання купити товар саме в цьому магазині тощо.

### **1.3 Місія підприємства як вектор подальшого розвитку та функціонування**

Як вже було зазначено (див. пит. 1.1), кожне підприємство функціонує у відповідних умовах навколишнього середовища, підлаштовуючи свої діяльність під вплив тих чи інших чинників політичного, економічного, соціального, інноваційного та іншого характеру. Для того, щоб ідентифікувати себе в ринковому середовищі – підприємству необхідно вміти заявити про себе, сформувавши у клієнтів відповідний імідж, довіру, зацікавленість, щоб за тима чи іншими ознаками суспільство розуміло, що це за підприємство. Окрім цього кожне підприємство повинно сформувавши в середині себе колектив, який матиме спільні цілі, мету, певний вектор розвитку, підкріплений відповідними завданнями, щоб весь трудовий колектив рухався в одному напрямку, націлювавши всі свої ресурси (наявні та скриті) на досягнення запланованих показників. Беручи до уваги вищезазначене, постає необхідність дослідити, що таке місія підприємства, для чого вона потрібна і як її сформувавши.

Так, кожен керівник повинен міркувати, приймаючи те чи інше рішення: «Чим ми наразі займаємось?», «Чим ми будемо займатись?», «До чого призведе наша діяльність в майбутньому?». І саме відповіді на зазначення питання допоможуть оцінити як масштаби подальшої діяльності, так і глибину перетворень в тому чи іншому підприємстві, а також відповідний характер управління подальшими змінами. І саме відповіді на поставлені запитання уособлюються визначається у місії підприємства. Відобразимо схематично зазначений процес у вигляді рис. 1.2.



Рис. 1.2. Процес формування місії підприємства

Отже, кожен суб'єкт підприємницької діяльності повинен формувати так звану «місію» своєї організації, свого підприємства, що буде дозволяти керівнику (топ менеджменту) вибудовувати орієнтири функціонування.

Місією підприємства є відповідна сукупність, відповідне поєднання установок та настанов, які мають найзагальніший та цільовий характер і які характеризують мету, тобто існування, зміст та головне призначення підприємства і відображає принципи його діяльності в обраний ним (підприємство) період часу.

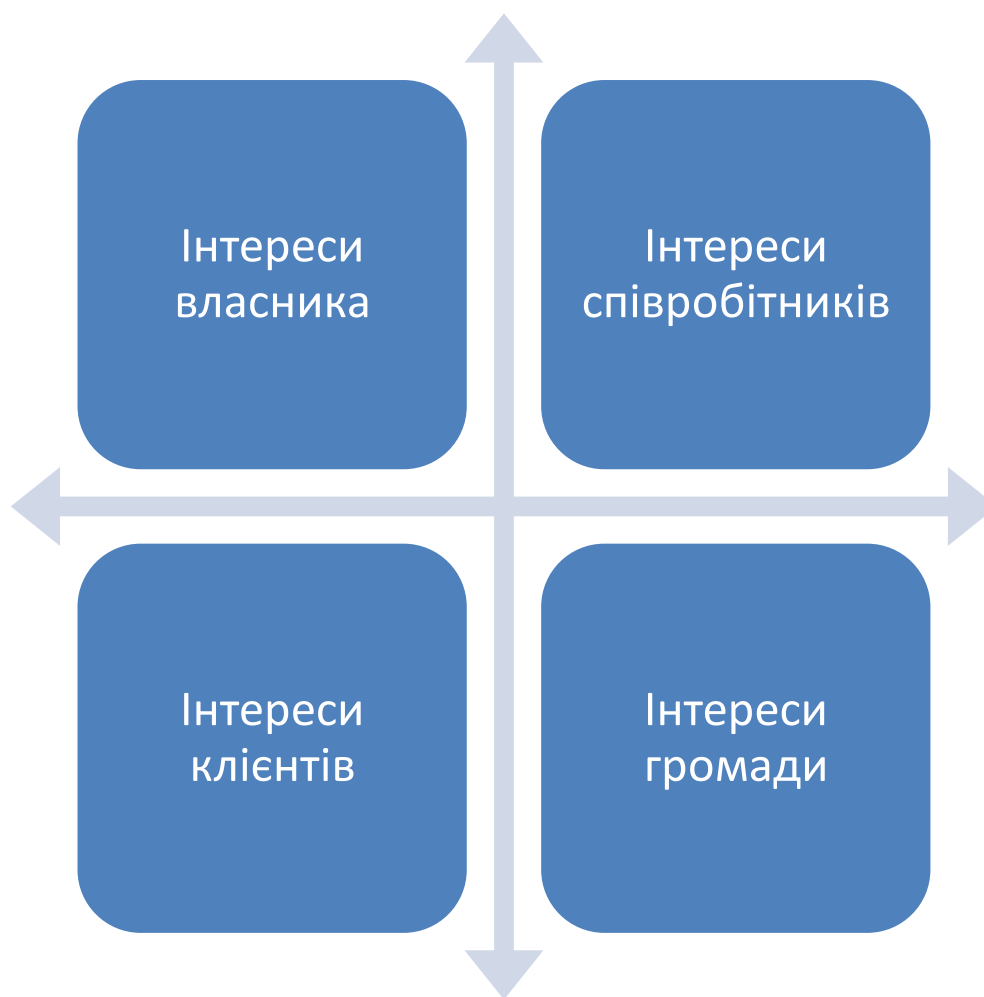


Рис. 1.3. Націленість місії на відповідні групи осіб

Слід акцентувати увагу, що місія управління підприємством повинна відображати, перш за все, інтереси всіх зацікавлених в його успішній діяльності осіб (директор, топ-менеджмент, акціонери, інвестори тощо).

Ступінь вияву в місії їх інтересів залежить від таких чинників як масштаб підприємства, сфера діяльності підприємства, місце розташування підприємства та інші. На думку експертів, найбільший вплив на місію спричиняють інтереси власника (власників), співробітників та покупців (клієнтів). Саме тому при формулюванні місії, як правило, необхідно поєднувати всі їх інтереси. Не менш є важливим, щоб «місія» узгоджувалася з інтересами всього суспільства (або ж регіону, або ж якоїсь цільової групи на рівні міста тощо).

Пропонуємо відобразити значення місії у вигляді рис. 1.4.





Рис. 1.4. Значення місії

Варто зазначити, що місія повинна бути сформована з урахуванням відповідних принципів (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Принципи формування місії підприємства

Отже, місія підприємства – це так званий інструмент потужного розвитку. Для більш глибокого розуміння даного поняття пропонуємо проаналізувати місії найбільш відомих підприємств (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

## Приклади формування місії підприємства

Місія	Назва підприємства
«Ми постачаємо людям дешевий транспорт»	Компанія «Ford»
«Здійснюючи прогрес, служити всьому світу».	Компанія «Sony»
«Смакує по-домашньому»	Компанія «Верес»
«Думай інакше»	Компанія «Apple»
«Наша місія – збудувати на цій основі національного лідера з ефективності та корпоративного управління, який би забезпечував акціонерам компанії максимальну ринкову вартість»	Компанія «УкрНафта»
«Створювати затребуване»	Компанія «Інтерпайп»
«Давати талановитим людям змогу змінювати світ»	Компанія SoftServe (сфера IT)
«Наша місія – це вийти за межі очікувань наших клієнтів та об'єднати технології, новітні продукти, таланти та самі високі стандарти якості»	Компанія «Luxoft» (сфера IT)
«Дарувати більше усмішок з кожним ковтком і кожним шматочком»	Компанія Pepsico
«Працюємо для нинішнього та майбутнього поколінь»	КНТЕУ (освіта)
«Місією університету є здійснення вагомого вкладу в суспільний розвиток шляхом проведення досліджень, генерування та поширення нових ідей та знань, підготовку конкурентних фахівців і креативних особистостей»	Київський міжнародний університет (освіта)

«Ми є повністю прозорою, сучасною та технологічною податковою службою, яка надає якісні та зручні послуги платникам, ефективно адмініструє податки, збори та платежі і виявляє нетерпимість до корупції»	Державна податкова служба України
Продукування та реалізація проривних моделей розвитку людського капіталу, зміцнення науково-освітнього та інноваційного потенціалу України	Маріупольський державний університет

Отже, місія – це основа та дуже важливий інструмент подальшого розвитку кожного підприємства, кожної фірми. Місія повинна формуватись із використанням відповідних принципів, вона повинна бути націлена на свого потенційного споживача, а також вона повинна відображати інтереси усіх зацікавлених осіб, зокрема, керівників, акціонерів, робітників тощо. Аналіз місій різних фірм, підприємств та корпорацій засвідчив застосування різних підходів та врахування різноманітних принципів при її формулюванні. На нашу думку, місія підприємства повинна час від часу передивлятися, враховуючи вплив чинників зовнішнього середовища з урахуванням внутрішніх потреб організації. Саме це забезпечить досягнення сталого розвитку, що є вкрай важливим в умовах сьогодення.

## Висновки до розділу 1

Таким чином, в умовах ринкової економіки, яка підтверджена чинникам впливу глобального середовища дуже важливо приділяти увагу управлінню, адже від даного процесу буде залежати подальший розвиток та функціонування будь-якого суб'єкта господарювання, зокрема підприємства. Саме тому менеджерам весь час вкрай важливо відслідковувати чинники впливу як зовнішнього, так і внутрішнього середовища та за необхідності змінювати інструменти та механізми впливу. Лише за цих умов можливо досягти стабільного розвитку та функціонування.

Ступінь діяльності підприємства залежить від процесу виробництва матеріальних благ, задоволення потреб людини, рівня життя, результатів використання засобів виробництва, науково-технічного прогресу, тобто ефективності управління. Держава має заохочувати створення та розвиток підприємств. Важливо для керівників керівництв при створенні стратегії, щоб при розробці безпосереднього розвитку бізнесу формулювання цієї місії. Вірно сформулював місію, окреслив дикий філософський дух і надав організації унікальності. Якби керівник не визначив місію компанії, то у разі вирішення виборчих проблем, які б постали перед ним у процесі виробничої діяльності, він неминуче призводив би до помилювань. Місія кінець-кінцем позначає статус компанії та забезпечує пряме керівництво в реалізації стратегічних планів на різних рівнях розвитку. Світ представництва у світі інтересів і визначених тем в основному в області розширення бізнесу і т. д. Найстійкішим, найвідчутнішим і неспецифічним кидаються в місію прийняття інтересів ієрархів, практиків і піклувальників. Тому місія компаній сформульована таким чином, щоб вона відображала інтереси самих трьох груп.

## РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

### 2.1 Аналіз розвитку підприємств в Україні

Аналіз діяльності суб'єктів господарювання вітчизняної економіки показав, що за роки незалежності в Україні склалася досить потужна підприємницька економіка. Однак у більшості випадків ефективність функціонування українських підприємницьких структур є досить низькою, що принципово відрізняє їх від іноземного підприємництва та свідчить про наявність внутрішніх проблем, вирішення яких потребує глибоких досліджень. Особливе місце в загальній структурі підприємництва займає малий бізнес. З іншого боку, необхідно готуватися і вирішувати проблеми, необхідні у вуличному бізнес-середовищі, але у випадку з «плавильним котлом матерів» це потребує уваги держави, стимулювання та підтримки ефективної економічної діяльності. Тому подальший аналіз проводимо на прикладі невеликої компанії.

За даними виборчого опитування Держкомстату на 1 січня 2009 року в економіці України було зайнято 324,0 тис. грн. Кількість суб'єктів малого підприємництва (без фермерських господарств і банків) порівняно з 2007 роком зросла на 5,4 відс. Більше (або дорівнює) середньому по Україні показнику (порівняно з 2007 роком) приріст кількості малих підприємств був у: м. Севастополі (12,4 відсотка), Києві (11,3 відсотка), Київській області (9,1 відсотка), Запоріжжя (7,7), Одесі (7,5), Полтаві (6,6), Миколаєві (6,2), Харкові та Львові (5,8), а також Дніпропетровську (5,6), Тернополі (5,4 відсотка) відповідно. Нижче середнього по Україні показника (порівняно з 2007 роком) – в АР Крим (2,9 відсотка), Волинській (2,5), Кіровоградській (1,7), Івано-Франківській (1,0) та Вінницькій областях (. Зменшення кількості суб'єктів малого підприємництва (порівняно з 2007 роком) зафіксовано окремо в Закарпатській (на 3,0 в.п.) та Сумській (на 0,6 в.п.) областях. Найбільш різке зменшення спостерігалось в Чернівецькій області (на 8,2 відс.), Хмельницькій (на 8,1 відсотка), Тернопільській (на 7,8 відсотка), Вінницькій

(на 7,7 відсотка), Полтавській (на 6,9 відсотка), Кіровоградській (на 6,7), Херсонській (на 6,6 відсотка) та Луганській (на 6,1 відсотка) областях. до даних ДПС України Станом на 1 липня 2009 року в державі перебувало на обліку 2318,3 тис. осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, їх кількість порівняно з відповідний період 2008 року зросла на 207,2 тис. осіб або на 9,8 відс. 1 січня 2010 року кількість членів ЄС зросла до 3,4 відсотка.

Збільшення кількості фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності понад середній по Україні показник зафіксовано у Львівській (13,8 відсотка), Хмельницькій (13,1), Чернігівській (12,6), Вінницькій (12,2) та Волинській (11,9 відс.) областях. зареєстровано. , Донецька (11,4), Дніпропетровська, Закарпатська (10,9) відповідно, Луганська, Чернівецька (10,4), Сумська (10,2), Одеська (10,1), Кіровоградська (10, відсотка) місцеві та Київська (10,4), Севастопольська (10,1 відсотка) . Нижче середнього по Україні показника зростання зафіксовано в Рівненській (2,4 відсотка), Миколаївській (5,5 відсотка), Івано-Франківській (5,8), Запорізькій (6,9), Херсонській (7,4 відсотка) областях та Житомирській (7,6) областях. Найвищий середній темп зростання серед платників податків – фізичних осіб по Україні зафіксовано у Миколаївській (37,7%), Чернігівській (33,5%), Черкаській (32,6), Запорізькій (27,3), Хмельницькій (26,5%) та Вінницькій областях. (24,3%), АР Крим (22,7%), Донецької (21,0%), Волинської (20,9%), Луганської (20,0%). Нижче середнього по Україні показника зростання спостерігалось у Дніпропетровську (11,3 відсотка), Полтаві (14,1 відсотка), Одесі (14,3 відсотка), Тернополі (16,5 відсотка) та Севастополі (15,9 відсотка).

Вище середнього по Україні кількість зареєстровано: у Київській (17,9%), Житомирській (12,2), Хмельницькій (11,8), Запорізькій (10,1), Черкаській (7,8), Вінницькій (7,5), Миколаївській (6,6) областях), Одеського (5,4) та Луганського (5,2) характеру. Новий сезон української іржі в Польщі, Тернопільщині високий (0,4%) у Джеку, Кіровоградщині (0,5), Харкові (2,1) та Львові (2%) інші. Зменшення кількості фізичних осіб – платників податків – юридичних осіб відбулося в Рівненській області (на 1,0 в.п.) та у м. Києві (на 2,0 в.п.). Зазначається, що зі збільшенням кількості малих підприємств ефективність функціонування цього

сектору виробничої економіки та частка підприємств з виробництва продукції та надання послуг зменшуються. Крім того, зросла кількість малого бізнесу, який фактично не працює, що пов'язано з поганою політичною ситуацією в Україні, економічною кризою, недосконалим податковим законодавством та обмеженнями чисельності населення.

Мале підприємництво в Україні вже давно характеризується різним рівнем розвитку в регіонах України, що пояснюється економічним потенціалом регіону, особливостями економічної структури та наявністю Ресурси, ринкова інфраструктура, людські ресурси, відносини з місцевою владою, традиції та культурний регіон. У регіонах переважної промислової спеціалізації повідомляють про високі показники розвитку малого підприємництва в країні, але це не так, оскільки регіон є умовним для їхньої країни, тобто мають низький рівень розвитку малого підприємництва. Найбільш привабливою залишається торгова діяльність. Зросла питома вага малих компаній, які здійснюють операції з нерухомістю та працюють у сфері будівництва, транспорту, готельного господарства та громадського харчування. Зменшилася частка дрібних селянських господарств у сільському господарстві. Найбільша частка обсягу реалізованої продукції припадає на сфери торгівлі, операцій з нерухомістю, будівництва та транспорту. Останніми роками відбувається поступова оптимізація структури галузі шляхом переорієнтації малих компаній з комерційного сектора на сферу послуг і виробництва.

Опубліковані результати електорального дослідження інноваційної активності малих компаній яскраво ілюструють нове значення цього слова. За даними НДІ Мінекономіки України, інноваційну діяльність здійснювали лише 2,8% від загальної кількості суб'єктів малого підприємництва, а серед суб'єктів середнього бізнесу цей показник становить 16,9%, що свідчить про те, що інноваційні процеси в малому підприємстві відстають, темпи розвитку цих процесів у вітчизняній економіці явно відстають. Інноваційна діяльність суб'єктів малого підприємництва в Україні характеризується незначним складом товарно-технологічних інновацій, а також поширенням мікро- та псевдоінновацій, спрямованих на покращення лише окремих параметрів продукції, технології та керованих процесів. Загалом результати аналізу

розвитку малого підприємництва в Україні свідчать про уповільнення темпів розвитку та зниження ефективності економіки, підтверджують наявність несприятливого середовища та численних проблем. За результатами соціально відповідальних людей, після закінчення навчання в середині світу можна отримати соціальний статус підприємця, привабливість підприємницької діяльності, а також самооцінку здатності займатися такою діяльністю. Проте через інституційні бар'єри зберігається і погіршується негативна оцінка населенням перспектив розвитку підприємництва в Україні. За останні 9 років доля населення, яке зневірилося в існуючих умовах для розвитку підприємництва, залишалось майже стабільним та вважає, що підприємництво за нинішньої політики держави не має реальної перспективи. Водночас на 10% зросла кількість прихильників песимістичної думки про те, що підприємництво надалі розвиватиметься переважно в тіні. Отримані результати підтверджують висновки експертів про те, що підприємництво в Україні спостерігається без довіри як до держави, так і до бізнес-партнерів. Підприємницька діяльність в країні проявляється в основному в легальному бізнесі та винайденні різноманітних методів діяльності поза нормативно-правовою сферою.

## **2.2. Проблеми розвитку підприємства та шляхи їх подолання (на прикладі компанії Метінвест)**

Існуючі проблеми слід розділити на дві групи в залежності від області виникнення. Проблеми, які виникають у зовнішньому середовищі, включають:

- проблеми сучасної податкової системи;
- недосконале законодавство;
- неефективна політика підтримки розвитку малого бізнесу на всіх рівнях управління;
- нерозвиненість ринкової інфраструктури;
- утруднений доступ до зовнішніх фінансових ресурсів;
- відсутність робочої сили або недостатній рівень кваліфікації;
- політична та економічна нестабільність;



- постійне зростання інфляції та ін.

Таблиця 2.1

**Фінансовий результат діяльності ТОВ «МЕТІНВЕСТ ДІДЖИТАЛ»**

Показники	2020 р., тис. грн.	2021 р., тис. грн.	Відхилення тис. грн.	Відхилення, %
Чистий дохід від реалізації	528949	880762	351813	66,5
Собівартість реалізованої продукції	(460248)	(741248)	(281321)	61,1
Валовий прибуток	68701	139193	70492	≥100
Інші операційні доходи	129	10145	10016	≥100
Адміністративні витрати	(57341)	(75539)	(18198)	31,7
Витрати на збут	-	(49387)	(49387)	-
Інші операційні витрати	(2547)	(9870)	(7323)	≥100
Фінансовий результат від операційної діяльності:	8942	14542	5600	62,6
Інші фінансові доходи	134	75	(59)	(44,0)
Інші доходи	-	23	23	-
Фінансові витрати	(3806)	(1565)	2241	(59,8)
Інші витрати	-	(669)	(669)	-
Фін. результат до оподаткування	5270	12406	7136	≥100
Витрати (дохід) з податку на прибуток	(1207)	(2243)	(1036)	85,8
Чистий фінансовий результат	4063	10163	6100	≥100

\*сформовано автором

Проблемною зоною України є оподаткування. Податкову систему в Україні називають проблемною та непередбачуваною. Найбільше хвилює підприємців

податкова сфера. Не сприяють розвитку підприємництва часті зміни законодавства та суперечності в їх реалізації. Найпроблемнішим податком в Україні є ПДВ через труднощі, пов'язані з великим обсягом обліку та звітності. Через відрахування до пенсійного фонду надто високі податки на зарплату. Це свідчить про необхідність реформування пенсійної системи. Існуюча ситуація призводить до того, що частина заробітної плати виплачується неофіційно, що ще більше збільшує потребу у збільшенні відрахувань до Пенсійного фонду. Усе це є наслідком відсутності в країні системної політики щодо реформування економічних та адміністративних відносин між регуляторами та іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, яка б унеможливила прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, обмежувала втручання держави в діяльність суб'єктів господарювання, суб'єктів та усунути перешкоди для розвитку господарської діяльності. На сьогодні законодавча база, що регулює діяльність малого підприємництва, практично не створена, щоб захистити її сильну надплинність і неоднозначність. Об'єктивно малі компанії за своєю природою не можна вважати рівноправними конкурентами великих компаній. Тому однією з найважливіших прямих ринкових трансформацій в Україні є просування такої політики державної підтримки малого підприємництва, яка б без перекручування різноманітних ринкових механізмів забезпечувала зростання. Ділова ефективність протягом решти години. Варто відзначити відсутність руху державної підтримки малого бізнесу та необхідність реформування на регіональному та місцевому рівнях, оскільки така підтримка буде реально реалізована. На сьогоднішній погляд суверенна політика фінансування може ґрунтуватися на двох важливих таборах.

Розвиток підприємства здійснюється за допомогою системи технічної сертифікації, яка, на думку Міжнародної фінансової корпорації (IFC), сприяє розвитку економічного потенціалу країни та стимулює інновації. Заступник виробника високотехнологічної продукції в Україні сьогодні завалений постачальником Сировина і виробником дешевих напоїв. За гроші IFC українським компаніям надається одна година обробки для реєстрації, яка коштує 67 мільйонів

гривень, година верифікації – 189 мільйонів гривень. Крім того, діяльність понад 60% компаній в Україні регулюється обов'язковими мовними стандартами та технічними знаннями. У промисловості і побуті показник досягає 80%. Обов'язкову сертифікацію в Україні для 23% продукції та послуг. За визнанням IFC, вирізалася половина учасників, які пройшли сертифікаційні процедури неймовірно добре про це. Тому пріоритетом є безпосередня реформа регулювання економіки, видача обов'язкових сертифікатів і короткострокова передача товарів з наданням обов'язкових сертифікатів. Фахівці МФЦ наголошують, що в міжнародній практиці відповідність стандартам більшої кількості товарів підтверджується самими виробниками. Успішний інструмент розвитку малого бізнесу у значному світі у формі забезпечення бізнесу фінансовими ресурсами. Проблемою фінансування малого бізнесу є відкритий доступ до традиційних для ринкової економіки фінансових ресурсів, таких як банківська система та ринок цінних паперів. Банківському кредитуванню сприяють високі процентні ставки та наявність банківських гарантій (великі активи). У той час як ресурси, що формуються в порядку перерозподілу, останнім часом відігравали роль кредитів населення, зростала фандрейзингова активність фондів підтримки підприємництва; На жаль, фінансових коштів для цього немає. Вирішенням цієї проблеми є розширення доступу структур малого бізнесу до кредитних установ за рахунок зниження кредитних ставок та створення гарантійних фондів. Важливим напрямком підтримки підприємництва є ефективно функціонуюча інформаційно-аналітична інфраструктура, яка включає інформаційні, консалтингові, юридичні та бухгалтерські фірми, бізнес-центри та інкубатори. Інформаційно-аналітична інфраструктура призначена для заповнення інформаційного дефіциту, надання консультацій з різних аспектів господарської діяльності та підвищення професійного рівня працівників малих компаній.

За даними New York Times, 45% компаній у розвинених країнах регулярно користуються послугами консультантів і 75% звертаються до них у разі потреби. В Україні частка малих компаній, що входять до консалтингових агентств, незначна. Це пов'язано, по-перше, з необізнаністю суб'єктів малого бізнесу щодо наявності

таких послуг на ринку, оскільки вони зазвичай користуються лише послугами юридичних та податкових консультантів, а по-друге, з тим, що ціни на консультаційні послуги досить високі для підприємництва менших Компанія. Проте сьогодні підприємці мають нагальну потребу в консультаційних послугах з таких питань: досягнення конкурентоспроможності на ринку, пошук партнерів та інвесторів, реструктуризація підприємства, складання бізнес-плану, впровадження систем автоматизації та енергозберігаючих технологій, бухгалтерський облік тощо. У сучасних умовах розвитку малого бізнесу зростає роль людського капіталу, оскільки людські ресурси є чинником, який безпосередньо впливає на ефективність діяльності підприємства.

На жаль, незважаючи на відносно високий рівень безробіття, компанії в Україні, особливо малі, борються з дефіцитом кваліфікованих кадрів. Це потребує розробки нових підходів до підготовки фахівців з підприємництва. Політична та економічна нестабільність є головним ризиком для економічного зростання. Політична дестабілізація призводить до відсутності стратегічного бачення державної політики, особливо щодо розвитку малого бізнесу. Результатом такої нестабільності є зниження темпів розвитку підприємництва, погіршення інвестиційного клімату, зниження платоспроможності населення тощо. Нестабільність тісно пов'язана з «тинізацією» у сфері малого бізнесу, масштаби якого за даними Держкомстату України 20%, а за даними Мінекономіки 50% валового внутрішнього продукту. Політична стабілізація, запровадження ефективної системи підтримки малого бізнесу та вдосконалення законодавства – основні напрями легалізації «тіньових» фондів малого бізнесу. Проблеми, що виникають у внутрішньому середовищі, включають недостатню компетентність керівників малих підприємств, відсутність планів розвитку, незадовільну організацію та мотивацію праці, недостатню дисципліну праці, низьку активність в інноваційній діяльності, незадовільну якість знярядь праці та предметів праці. Успіх підприємницької діяльності значною мірою залежить від ділових і особистих якостей керівників. Сучасний менеджер змушений працювати в складному, швидко мінливому середовищі зі зростаючою складністю завдань і обмеженим часом на прийняття

рішень. Це потреба в кераміці нового типу, як професійна (підготовка до виконання професійних функцій), соціально-психологічна (толерантність, побудова, відповідальність, побудова розуму та взаємної співпраці між людьми, побудова спілкування), когнітивна (готовність та будівництво до Самонавчання) та інші здібності. Пізніше виникає потреба у формуванні нової системи підготовки лідерів, зміщення акценту з теоретичного табору на застосування та на себе: формування ключових питань, які тримають лідерів у свідомості гострої конкуренції. Проблеми, пов'язані з розпорядком дня, незадовільною рівномірною організацією в малому бізнесі, з подальшим розвитком інформаційно-аналітичної інфраструктури та навчанням з актуальних питань для малого бізнесу, а також підвищенням кваліфікації Співробітників.

В Україні ринок тренінгових послуг молодий і найшвидше розвивається в чудових місцях. Низька ефективність малого бізнесу в співавторстві з помилками про те, що в компаніях не приділяється належної уваги мотиваційній мотивації практиці, що призведе до зниження концентрації працівників на забезпеченні прибутку є прийняття. Цю проблему можна вирішити шляхом забезпечення гнучкої системи оплати послуг. За оцінками експертів, при успішній роботі таких систем ефективність бізнесу зростає на 5-49%, а доходи практиків – на 3-29%. Для ефективної роботи співробітника-розвідника на підприємстві необхідно, щоб коагуляційні лози працювали не тільки матеріально, але і морально. Зміни, як вони видаються сьогодні, вимагають посилення мотивації використання нематеріальних стимулів. Основними методами такої мотивації в малому бізнесі можуть бути навчання практиків перед прийняттям рішень, можливість роботи за гнучким графіком (працювати у вільний час), гуманізація праці, виноградарства та виноградарства, тим самим також змінюючи статус лікаря-практика.

Малі підприємства відіграють важливу роль як працівники пошти, які пропонують інноваційні ідеї, нові товари та послуги. Понад 60% інновацій у 20 ст. створені незалежними винаробами та малими підприємствами. Захистіть малий бізнес в Україні слабкий і не схильний до інноваційного розвитку. Вирішити цю проблему можна, переорганізувавши інвестиційні потоки та державні призначення

на регіональному та фінансовому рівнях у сфері малого бізнесу, створивши єдину, недоступну банку базу даних про наявність об'єктів неконтрольованої алеї та ділянок прощення. та успіху інноваційним Компанії, за дух їх участі в конкурсі оренди або бідбання незнищених лан чи ділянок. Основним методом інноваційних структур (технопарків, інкубаторів, бізнес-центрів, фондів забезпечення виробництва) може бути трансформація вхідних ресурсів (основних і оборотних фондів, інвестицій, інтелектуальних ресурсів) в інноваційні послуги. Вам слід увійти, щоб забезпечити розвиток малого бізнесу та просування вашої ефективності у великій групі рівних. На суверенному рівні можна вдосконалити законодавчі та правові акти для заохочення розвитку фінансових, інноваційних та консультаційних послуг та заохочення розвитку малого бізнесу, але податкову систему можна змінити. Лідерами регіонального рівня є створення єдиної регіональної інформаційно-аналітичної системи, переорієнтація інвестиційних потоків на інноваційну сферу та пріоритет галереї регіону, між підприємницькими.

Структури та науково-освітні заклади, підтримка розвитку інноваційних інститутів регіону. На рівні місцевого самоврядування поточні заходи підтримки полягають у створенні єдиної загальнодоступної бази даних про наявність об'єктів нерухомого майна, земельних ділянок під забудову, а також у розробці нормативно-правових актів щодо умов їх купівлі, оренди. та використання, виконання замовлень на виконання робіт та послуг для міста, забезпечення співпраці з вищими навчальними закладами міста. На мікроскопічному рівні необхідно вирішувати проблеми, пов'язані з плануванням, організацією та мотивацією працівників, а також контролем діяльності малого підприємства, використовуючи послуги консалтингових агентств, тренінгових компаній тощо.

### **2.3 Особливості фінансового стану та правового регулювання діяльності підприємств в Україні**

Подальший розвиток та поточні показники діяльності підприємства залежать від підходів до управління, які засновуються на власному досвіді керівництва, на

його принципах, на його схильностях тощо. Ми того, щоб зрозуміти як керувати підприємством, ми вважаємо, необхідно визначити поточний стан його розвитку. А для того, щоб зрозуміти дієвість прийнятих рішень – варто проаналізувати показники результативності та ефективності.

Відобразимо показники діяльності ТОВ «Метінвест» у динаміці за останні 4 роки.

Таблиця 2.2

## Показники діяльності ТОВ «Метінвест»

Показники	Одиниця виміру	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік
Сукупні активи	млн. дол	11178	13837	13454	15980
Необоротні активи	млн. дол	6754	9323	8275	10578
Доброзичливість	млн. дол	594	601	630	745
Інші нематеріальні активи	млн. дол	119	140	121	1324
Основні засоби	млн. дол	4490	6354	5289	6578
Інвестиції в асоційовані та спільні підприємства	млн. дол	1066	1301	1389	1607
Відстрочений податковий актив	млн. дол	80	85	110	90
Передоплата податку на прибуток	млн. дол	-	-	-	-
Інші необоротні активи	млн. дол	405	842	736	234
Оборотні активи	млн. дол	4424	4514	5179	5402
Товарні запаси	млн. дол	1347	1185	937	1543
Передоплата податку на прибуток	млн. дол	7	27	11	40
Торгова та інша дебіторська заборгованість	млн. дол	2790	3028	3405	2653
Грошові кошти та їх еквіваленти	млн. дол	280	274	826	1166
Разом зобов'язань та власний капітал	млн. дол	11178	13837	13454	15980
Сукупний капітал	млн. дол	5403	6930	6496	7970
Власний капітал, що відноситься до власників компанії	млн. дол	5345	6832	6454	7941
Статутний капітал	млн. дол	0	0	0	0
Емісійна премія	млн. дол	6225	6225	6225	6225
Інші резерви	млн. дол	-9144	-7804	-8957	-9045
Нерозподілений прибуток	млн. дол	8264	8411	9186	10761
Неконтрольована частка	млн. дол	58	98	42	29
Загальні зобов'язання	млн. дол	5775	6907	6958	8010
Непоточні зобов'язання	млн. дол	3041	3507	3403	3196

Кредити та позики	млн. дол	2191	2442	2427	2070
Примітки продавця	млн. дол	-	-	-	-
Пенсійні зобов'язання	млн. дол	411	597	591	671
Відстрочені податкові зобов'язання	млн. дол	240	273	184	345
Інші довгострокові зобов'язання	млн. дол	196	195	201	110
Поточні зобов'язання	млн. дол	2734	3400	3555	4814
Кредити та позики	млн. дол	489	590	510	172
Відкладений розгляд і примітки продавця	млн. дол	60	-	-	-
Податок на прибуток до сплати	млн. дол	59	31	69	169
Торгова та інша кредиторська заборгованість	млн. дол	2126	2779	2976	4473

\*сформовано автором

Дані, відображені в табл. 2.2. свідчать про результати діяльності підприємства протягом чотирьох років.

У формах підприємницької діяльності, основних напрямках і тенденціях розвитку підприємницької діяльності, повинні враховуватися як суспільні та державні інтереси, так і особисті, приватні інтереси та потреби. Тому підприємництво є важливим суб'єктом державної політики, яка реалізується через оформлення певного правового середовища. З прийняттям у 1991-1992 роках разом із Законом України «Про підприємницьку діяльність» законами в Україні були проголошені закони «Про власність», «Про господарські товариства», «Про банки і банківську діяльність» та «Про систему оподаткування» Україна. Основи підприємницької діяльності. Усі ці закони, незважаючи на те, що останні були суттєво відкориговані, мали велике значення у правовому забезпеченні розвитку підприємництва в конкурентному ринковому середовищі. Проблема підприємництва знайшла своє закріплення на конституційному рівні. ст. 42 Конституції України встановлює право кожного на зайняття підприємницькою діяльністю, яка не заборонена законом. З метою впорядкування системи реєстрації суб'єктів господарювання введено в дію Основне положення про реєстрацію суб'єктів господарювання. Прийняття інших законодавчих та нормативних актів, спрямованих на забезпечення гарантій свободи підприємництва та обмеження втручання державних органів у господарську діяльність, а також реалізація



можливостей ефективного аналізу законодавчого забезпечення розвитку підприємництва в Україні дозволяють нам зробити наступні висновки: Законодавча база забезпечення розвитку підприємництва в Україні.

Україна тільки починає формуватися. недостатні правові гарантії всіх форм власності та захисту приватної власності як однієї з основних умов розвитку підприємництва; Відсутня цілісна державна політика стимулювання підприємництва, особливо малого бізнесу, відсутня нормативно-правова база та ефективний механізм реалізації такої політики. Вирішення політики розвитку підприємців та розширення їх ролі та становища в економічному житті суспільства. Основними недоліками правового забезпечення підприємництва в Україні є: відсутність єдиної стратегії законодавства та розвитку підприємництва; Неузгодженість та нестабільність нормативно-правових основ розвитку підприємництва, галузеві. Статут підлягає введенню в дію Галузеві міністерства часто змінюють суть Основного Закону; нечіткість законодавчих актів та договорів до них дозволяє формувати фінансові піраміди, які зазнають краху багато громадян України; Відсутність повноцінного обговорення законів та законодавчих актів сприяє їх неадекватності та неможливості виконання.

Застосування та просування ролі регулювання принципу роботи країни, боляче серце та недосконалість законодавства призводять до правового нігілізму як антиконтрафактної культури. Значну роль у проявах такого негативного суспільно-політичного явища відіграє недосконала правова освіта та незнання законів. Для усунення цих недоліків державні службовці вживають ряд заходів. Президент України та Рада директорів прийняли рішення про вдосконалення нормативно-правової бази у сфері профілактики – адміністративної, організаційної та економічної – та запровадження нових підходів до державного регулювання у сфері підприємництва. 3 лютого 1998 року Президент України видав Указ «Про усунення обмежень, що забезпечують розвиток підприємницької діяльності», яким передбачено скорочення державного втручання у підприємницьку діяльність, а також усунення правових, адміністративних та організаційних перешкоди розвитку підприємництва та впровадження нових підходів до державного регулювання

підприємництва. На формування та реалізацію державної політики з проблем розвитку та підтримки малого підприємництва, а також на ефективне використання її потенціалу в економіці від розвитку екон. Відповідно до Указу Президента України від 3 липня 1998 року № 727/98 «Про спрощену систему оподаткування, звітності та звітності суб'єктів малого підприємництва» на таку систему перейшли понад 37 тис. осіб. У трудових відносинах перебуває близько 27 тисяч підприємців, і бюджет збільшив надходження фізичних осіб-платників податків.

Зменшити вплив державних органів на підприємницьку діяльність сприяв Указ Президента України від 23 липня 1998 року № 817 «Про деякі заходи щодо реорганізації підприємницької діяльності». Для цього можна роздрукувати Поштову установу Кабінету Міністрів України від 29 січня 1999 р. «Про порядок узгодження планових виїздів контролюючими органами для перевірок фінансово-господарської діяльності підприємств». В результаті буде зменшено кількість перевірок підприємців та систематизовано їх періодичність. З метою вдосконалення ліцензійної діяльності підприємців видано Указ Президента України «Про систему реалізації та розподілу в зоні основного призначення». У січні 2000 року набув чинності Указ Президента України «Про реалізацію єдиної державної регуляторної політики у сфері захисту інформації». Грудень 2000 р. Малий бізнес в Україні». Цільовою програмою є створення незалежних умов для реалізації конституційного права на заохочення підприємництва та підвищення добробуту громадян України шляхом залучення до цієї діяльності широкого кола громадян. Жовтень 2000 року. Верховна Рада України прийняла Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва», який закріплює правові основи державної підтримки суб'єктів малого підприємництва незалежно від форм власності та створення сприятливих умов для проведення ринкових реформ в Україні. У 2003 році Верховна Рада прийняла Господарський кодекс України, який визначає основні засади господарювання в Україні та регулює господарські відносини, що виникають у процесі організації та провадження господарської діяльності між суб'єктами господарювання, а також між цими суб'єктами та іншими суб'єктами господарювання. учасники відносин у сфері господарювання.

## Висновки до розділу 2

Діяльність показників господарської діяльності є дуже важливою, адже це дозволяє підприємству порівнювати поточні та заплановані показники, дозволяє приймати рішення управлінського характеру, а потім відслідковувати їх ефективність. Нами було проаналізовано показники діяльності ТОВ Метінвест за останні чотири роки. Слід зазначити, що протягом 2022 року підприємство не отримало прибутку, що викликано повномасштабним вторгненням, проте, не двілячись на це, підприємство функціонує та планує свою діяльність. Також у 2 розділі ми проаналізували розвиток підприємницької діяльності, що впливає на розвиток економіки. Таким чином, позитивні зміни в середньому класі, в бізнесі, в економіці країни неможливі без економічного розвитку. Особливо гідний малий бізнес, а також найвища дама, за спокій спокійного напою ланки. Індивідуальна позитивна поведінка, яка проявляється в диференціації населення та розвитку нових технологій, боролася за долю, що залишилася, у сфері української економіки, що розвивається. На території нашої країни відбулося різке падіння курсу національної валюти і, як наслідок, різке зниження інвестиційної приватизації української економіки – проблеми, які ставлять під сумнів перспективи розвитку підприємництва в Україні. Таким зморшкуватим головам неможливо сьогодні Україні перейти на європейські стандарти, щоб вести бізнес.

Слід зазначити, що процвітаючі країни, які сьогодні є рівноправними членами Європейського Союзу, зуміли розвинути та сформувані більш гармонійний етап свого розвитку та становлення.

В Україні господарські підприємства залежать від кількості життєздатних і обов'язкових валових надходжень для потоку, які можна звести до малих, середніх або великих. Аналіз реального стану нинішнього підприємництва дає мені можливість підтвердити, що нестабільність політичної кон'юнктури є суттєвим недоліком для економічного розвитку нашої країни.

## **РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МІСІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ**

### **3.1. Впровадження інновацій та розвиток зеленої енергетики – як пріоритетна місія ТОВ «Метінвест»**

Термін «зелена енергія» відноситься до енергії, отриманої з відновлюваних джерел. Популярність цього терміну, пов'язаного з розвитком екологічних тенденцій у промисловості, зробила аббревіатуру «ВДЕ» однією з ключових лозунгів у стратегіях компаній, які передбачають цілий стійкий виробництво та потреби, аналогічних «Європейській таксономії» або світовій «Повідомленні дня на період до 2030 року» (резолюція ООН). Відновлювані джерела енергії (ВДЕ) - це сукупність природних ресурсів, з яких виробляється електроенергія та теплова енергія. Тривала експлуатація не істотно впливає дефіцит цих ресурсів, їх відновлення відбувається у стислі терміни. До відновлюваних джерел, з яких виробляється «зелена» енергія, належать: вітер, сонячне світло, вода, геотермальні джерела, морські хвилі, морські течії та припливи, біомаса, біогаз та біоструми.

Динамічний економічне зростання безпосередньо пов'язані зі збільшенням попиту енергію, необхідну функціонування як промислового сектора, і сектора послуг. Від широко розуміється промислового виробництва, сільського господарства та переробки, а також різних послуг, таких як транспорт, до харчування побутової техніки та обладнання - кожна з цих областей споживає гігавати електроенергії. Нажаль, її виробництво традиційними методами призводить до серйозного забруднення довкілля як викиду в атмосферу величезної кількості парникових газів. Руйнівні наслідки цього явища ми вже давно спостерігаємо у вигляді погіршення якості повітря та глобального потепління, що впливає, наприклад, на збільшення частоти повеней та ураганів, танення крижаного покриву на полюсах чи загибель багатьох видів рослин та тварин.

Не дивно, що протягом багатьох років як уряди окремих країн, так і міжнародні організації приділяють стільки уваги просуванню та використанню відновлюваних джерел енергії у промисловості. Як виробляється «зелена» енергія і що потрібно знати про ВДЕ (відновлювані джерела енергії)?

У багатьох країнах світу, включаючи Польщу, переважна більшість електроенергії, як і раніше, виробляється за рахунок спалювання викопної сировини, насамперед вугілля. Відомо, що в енергетичних процесах із використанням традиційних методів виробляється величезна кількість вуглекислого газу (CO<sub>2</sub>) та багатьох інших шкідливих речовин, які ефективно забруднюють повітря, ґрунт, ґрунтові та поверхневі води. Таким чином, відновлювані джерела енергії стали відмінною альтернативою традиційним методам виробництва енергії, головним чином через те, що виробництво електроенергії з їх використанням генерує набагато менше забруднень. Як відбувається процес енергетичної трансформації у Польщі та у світі?

Станом на липень 39,9% підприємств повністю або майже повністю припинили роботу з 24 лютого 2022 року. Це нижче від показника червня 2022 року, коли 46,8% підприємств повністю або майже не працювали. Натомість 11,5% не змінили або збільшили обсяг робіт, порівнюючи з днем повномасштабного вторгнення Росії. Завдяки інноваціям енергія з відновлюваних джерел наздогнала традиційну енергетику.

За кілька десятиліть «зелена» енергетика з дорогої, неефективної та нестабільної іграшки перетворилася на повноцінну галузь, здатну конкурувати на цьому ринку з нафтовими та вугільними електростанціями. Навесні 2019 року аналітики REN21 (центр із проблем відновлюваної енергетики під егідою Програми ООН з навколишнього середовища) відзначили, що собівартість енергії від нових сонячних установок сягає зараз у середньому \$85 за 1 МВт•год, тоді як для електростанцій на викопному паливі показник сягає \$ до \$174 за 1 МВт•год у різних країнах.

Прогрес останніх років у «зеленій» енергетиці, запевняють автори колонки, був би неможливим без поєднання винахідливості вчених, щедрого фінансування

розробок та політичної волі. TIME виділяє чотири основні напрямки того, куди далі можуть піти інновації в енергетичній галузі для досягнення сталого, екологічно безпечного розвитку світової економіки.

1. Удосконалення сонячних та вітрових установок. В одних лише США технологічні інновації дозволили цим двом видам «зеленої» енергетики подвоїти свою частку в обсязі всього електрики, що генерується в країні, з 9% у 2008 році до 17% у 2018-му. Вже зараз ми бачимо поступове впровадження у галузі нових технологій, які найближчими роками забезпечать їй подальше зростання.

Наприклад, у випадку з вітряками, йдеться про застосування штучного інтелекту та про більш точний прогноз погоди та напрямки вітру. Для сонячних батарей розробляються технології, що дають змогу отримувати набагато більше енергії з кожного квадратного сантиметра панелі.

2. Розвиток електромереж. Можна скільки завгодно мріяти про повний перехід на енергію сонця і вітру, але в похмурі безвітряні дні користі від неї буде небагато. Якщо, звичайно, не мати потужної накопичувальної системи та високорозвиненої електромережі, то будівництво енергомостів (потужних силових кабелів) між регіональними мережами. Існує безліч інноваційних методів того, як покращити процес накопичення енергії. І це не лише вдосконалення літій-іонних акумуляторів, з'єднаних із вітряками та батареями. У 2018 році швейцарський стартап Enegrу Vault представив систему довготривалого зберігання енергії у вигляді 200-метрової цегляної вежі з автоматичними кранами на вершині. Піднімаючи цеглу, збираючи при цьому вежу, крани забирають «зайву» енергію з електромережі, а розбираючи вежу та «кидаючи» блоки на землю, вивільняють кінетичну енергію, яка перетворюється на електрику і йде назад у мережу. У 2019 році Energy Vault залучив \$110 млн інвестицій від концерну SoftBank.

3. АЕС нового покоління Атомна енергетика є потужним та екологічно чистим джерелом електрики, але дорожнеча АЕС та міркування безпеки призвели до відмови від неї у низці західних країн. На думку авторів колонки, оживити галузь можуть два ноу-хау, які зараз перебувають на стадії розробки.

По-перше, це створення міні-реакторів, які обслуговують конкретну фабрику чи район. Такі АЕС виробляють менше ядерних відходів та не вимагають безперервного висококласного обслуговування. Друга розробка ще на стадії ідеї — це плани використовувати для вивільнення енергії не розщеплення атомного ядра, а з'єднання ядер.

4. Звернути шкоду CO<sub>2</sub> на благо. Однією з основних причин катастрофічної зміни клімату є викиди вуглекислоти, з чим і намагаються боротися через впровадження відновлюваних джерел енергії. Але можна зайти і з іншого боку: виловлювати парникові гази, звільняти від них атмосферу.

Але що з ними потім робити, де їх зберігати? Як це роблять дерева. А яка тут буде економічна вигода, чи варто повторно використовувати вуглекислоту як паливо? Щоб потім знову болісно його виловлювати? Вчені б'ються над подібними технологіями не одне десятиліття, але результат, запевняє TIME, потенційно буде того коштувати – циклічне використання CO<sub>2</sub> дозволить зменшити шкоду навколишньому середовищу, не змінюючи стилю життя людства.

Вплив на динаміку світової енергетичної трансформації надають не лише урядові зобов'язання окремих країн щодо директив Європейського Союзу та правил, запроваджених в інших регіонах світу, а й зростаюча екологічна поінформованість промислового сектору та фінансові вигоди, які несе використання «зеленої» відновлюваної енергії.

Сонячна енергія. В даний час це найпопулярніший вид відновлюваної енергії. Сонячна енергія виробляється завдяки фотоелектричним установкам та сонячним колекторам. Перші отримують тепло від сонця і потім перетворюють його на електрику, а другі – в теплову енергію, застосовувану наприклад для приготування гарячої води для побутових чи промислових потреб.

Енергія вітру. Одним із стовпів екологічної енергетики є також вітряні електростанції, що складаються з ефективних турбін та пристроїв, що виробляють електроенергію. Вітрогенератори перетворюють кінетичну енергію на електрику. Виробництво відновлюваної енергії з використанням вітряних електростанцій, природно, найбільш вигідне у зонах високої вітряності.

Геотермальна енергія. Ще одним джерелом «зеленої» енергії є геотермальне тепло, яке акумулюється у ґрунтових водах та глибоких гірських породах. Найчастіше звана «енергією надр Землі», вона використовується переважно як джерело тепла. Рідше використовується для вироблення електроенергії. Енергія з геотермального тепла може бути отримана двома способами: прямим та непрямим.

Енергія з біомаси. Ще одним відновлюваним джерелом енергії, згаданим у цій статті, є біомаса, що складається з речовин рослинного чи тваринного походження. Відходи та залишки тваринницьких, сільськогосподарських чи домашніх господарств можуть піддаватися процесам спалювання, виділення газів або етерифікації.

Кожен із вищеперелічених джерел виробництва «зеленої» енергії, звичайно ж, вимагає інвестицій у належним чином спроектовані системи та промислові установки. Забезпечення належних технічних умов є ключовим завданням щодо ефективної підготовки, переробки та використання відновлюваних джерел енергії.

"Зелена" енергія - енергія майбутнього! Хоча польська промисловість, як і раніше, ґрунтується на вугільній енергетиці, очевидно, що частка «зеленої» енергії в промисловому виробництві з часом збільшуватиметься. Цей процес уже запущений – підприємства все частіше самостійно виробляють чи купують енергію із відновлюваних джерел. Багато промислових компаній купують гарантії походження енергії з ВІЕ, частково або повністю покриваючи попит на енергію, необхідну для ведення бізнесу.

В умовах інтенсивної експлуатації природних ресурсів викопного палива та швидкозростаючих витрат (у тому числі екологічних) на їх видобуток, «зелена» енергія вже сьогодні відіграє важливу роль у світовій економіці. Все це означає, що від енергетичної трансформації вже нікуди не подітися, а майбутнє відновлюваної енергетики виглядає дуже оптимістично.

Енергетична трансформація не тільки може, а й має початися з нашого безпосереднього оточення, тобто наших будинків, господарства та компаній. В даний час погляд всього світу звернений у бік екології, а сталий розвиток, результатом якого є охорона природних ресурсів та скорочення шкідливих викидів,



є пріоритетом як країн, так і міжнародних організацій. Використання енергозберігаючого обладнання, а також установок, що використовують відновлювані джерела енергії, таких як сонячні колектори, фотоелектричні системи або теплові насоси, є важливим кроком на шляху до скорочення використання палива. Це варто зробити вже сьогодні, розуміючи, що наші дії впливають на довкілля.

Інновації в сонячній енергетиці - це покращення властивостей сонячних панелей, підвищення ККД перетворення енергії, здешевлення матеріалів та технологій. Для вітрової, морської, термальної енергетики існують свої особливості та правові обмеження.

### **3.2. Місія як основний елемент комунікації підприємства**

Місія підприємства виступає також ланкою, яка пов'язує підприємство та створює так звану комунікацію із навколишнім середовищем та являє собою ділову концепцію підприємства, яка показує:

По-перше, що може отримати споживач в контексті задоволення своїх потреб;

По-друге, хто має змогу стати Вашим партнером;

По-третє, яким чином будувати відносини з конкурентами;

По-четверте, яким чином менеджери повинні формувати свою діяльність щодо прийняття відповідних рішень ефективного характеру;

По-п'яте, що можуть отримати працівники від підприємства;

По-шосте, яким чином будувати та вибудовувати відносини підприємству з державою чи органами територіальної влади тощо.

Отже, сутність та значення «місії підприємства» дозволяє отримувати відповідний результат для тих чи інших суб'єктів. Пропонуємо проаналізувати їх. Таким чином, місія дозволяє державі розуміти так зване соціальне призначення підприємства, визначати та розуміти його роль щодо підтримки певних програм державного, регіонального та (або) місцевого рівня.

Місія підприємства дає змогу соціуму (населенню) розуміти Ваше соціальне призначення, тобто, для чого Ваше підприємство створено, який його внесок у соціальну сферу. Що ж стосується власників та акціонерів підприємства, то місія дозволяє зрозуміти свою діяльність, свій бізнес, напрями розвитку, визначити пріоритети тощо.

Якщо досліджувати споживачів, то місія підприємства дає клієнтам змогу відповісти на питання: «Чи потрібно споживачам взагалі Ваше підприємство? Чи зможе це підприємство задовольнити потреби споживачів?»

Якщо аналізувати партнерів по бізнесу, якщо вивчати постачальників чи посередників, то для них важливо розуміти місію підприємства в контексті подальшої вибудови відносин і осмислення Вашого та їх позиціонування по відношенню один до одного.

Якщо досліджувати менеджерів, то місія надає їм можливість розуміти орієнтири як короткострокового характеру, так і довгострокового, вибудовувати певну тактику та стратегію, дозволяє приймати ефективні та результативні рішення.

Якщо досліджувати працівників підприємства, то для них важливо розуміти місію, щоб відчувати себе членами однієї команди, щоб відчувати себе частиною великої родини. Це є так званим стимулом та мотивом щодо розвитку.

Отже, місія розкриває потенціал в своїх працівниках, може надихати їх на створення ефекту синергії.

Ми вважаємо, що місія повинна бути креативною та інформативною. Надамо чинники, які слід врахувати у вигляді рис. 3.1.

Пропонуємо, розглянути більш детально сутність характерних рис, якими повинна бути наділена ефективна місія підприємства.

Перша характеристика – це індивідуальний характер місії - означає, що вона створена саме для цього підприємства, цієї фірми, вона підходить лише для нього і не підходить для жодного іншого підприємства.



Рис. 3.1. Характерні риси ефективної місії підприємства

Друга характеристика – індивідуальний характер місії відтворює «обличчя», Ваші унікальні риси, Ваша особливості в маркетинговому середовищі, тобто місія вирізняє Ваше підприємство від інших і наділяє його власними (приватними) відмінними рисами; місія як візитівка презентує підприємство суб'єктам маркетингового середовища.

Слід зазначити, що не всі підприємства розуміють необхідність відтворення специфічних рис свого бізнесу. Зазвичай, багато підприємств використовують

загальні слова та фрази: «наше підприємство – лідер», «наше підприємство задовольняє потреби споживачів»...

Таким чином, місія – це ринкове обличчя підприємства і важливий елемент взаємоузгодження його інтересів з інтересами суб'єктів маркетингового середовища. Тому ефективна місія допомагає уникнути непорозумінь, підвищує якість взаємодії підрозділів підприємства між собою та з зовнішнім середовищем та сприяє гармонійному розвитку підприємства в маркетинговому середовищі.

Ми вважаємо, що в умовах ринкової трансформації економіки України, кожен суб'єкт господарювання повинен корегувати свою місію, щоби вона була актуальна до сучасних викликів та трендів навколишнього середовища, саме це забезпечить стійкий розвиток та успішність функціонування підприємств, дозволить їм бути конкурентоспроможними на зовнішньому та внутрішньому ринках.

### Висновки до розділу 3

Отже, в умовах ринкової трансформації України перед всіма підприємствами постає питання щодо адаптації до нових викликів, викликаних чинниками глобалізаційного характеру. Саме на ці чинники, на ці виклики повинна реагувати місія, яка пов'язує підприємство з навколишнім середовищем. Також варто пам'ятати, що місія гуртує внутрішнє середовище будь-якого підприємства, щог в черговий раз зазначає про її важливість. На нашу думку, місія повинна враховувати такі чинники як інноваційність, орієнтованість на екологію, на її збереження, націленість на досягнення сталого розвитку тощо. Таким чином, Україна має великі перспективи для інноваційного розвитку. Проте через низку політичних, економічних та соціально-демографічних проблем процес впровадження інновацій стає проблематичним. Багато українських компаній відмовляються від впровадження інновацій через високу вартість. Останні дослідження показують, що навіть науковці не прагнуть впроваджувати інновації у виробництво. Через економічні проблеми в Україні більшість науковців залишає територію країни, позбавляючи Україну висококваліфікованих кадрів, які могли б дати важливий поштовх для швидшого розвитку наукових досліджень.

Тому, щоб повернути країні значний виробничий потенціал, здатний успішно конкурувати зі світовими лідерами, в першу чергу необхідно покращити політичну та економічну ситуацію в Україні, що дасть новий поштовх для впровадження сучасних інновацій та підвищення привабливості країни для нових інвестицій. Також на сучасному етапі розвитку економіки України одним із найважливіших завдань залишається реалізація інноваційного потенціалу промислових підприємств. Рішення цієї проблеми полягає в розробці, специфікації та реалізації економічно ефективних інноваційних проектів у промислових компаніях.

## ВИСНОВОК

Місія – це система основних цілей, які ставить перед собою компанія на певному етапі свого розвитку та діяльності. Місія втілює і визначає мету новоствореної організації, її філософську концепцію; встановлює пріоритети, цінності та принципи, за якими організація здійснюватиме свою діяльність. Позначення визначає міри побудови та загальну приналежність організації. Якщо керівник не визначив місію підприємства, це неминуче призводить до помилок у вирішенні проблеми вибору, яка постійно постає перед ним у процесі виробничої діяльності. Місія остаточно визначає статус компанії та дає вказівки та орієнтири щодо реалізації стратегічних планів на різних рівнях її розвитку.

Місія формулюється вищим керівництвом, яке бере на себе повну відповідальність за її реалізацію шляхом визначення та досягнення корпоративної мети. Місія є не тільки основою для визначення корпоративної мети в цілому, але й для кожної її сфери та функціональної підсистеми, особливо тих, які логічно узгоджують свою діяльність із загальною корпоративною метою.

На жаль, на сьогоднішній день реалізувати запропоновані шляхи вирішення проблем розвитку суб'єктів господарювання досить складно, що загрожує низкою таких перешкод: нестабільність економічної та політичної ситуації в країні; відсутність пріоритетності розвитку бізнесу в реформуванні економіки; відсутність структури державних адміністративних інститутів (у процесі приватизації не з'явилося ефективних власників; не створено дієвої системи ринкових інститутів регулювання діяльності підприємств); надто швидкі темпи зростання зовнішнього та внутрішнього державного боргу; стійкий дефіцит державного бюджету; спостерігаються нерівномірності в темпах розвитку реального і фінансового секторів економіки, а також у середині кожного з цих секторів; відсутність позитивного інвестиційного клімату в Україні тощо.

Інвестиції є основним механізмом, який забезпечує зростання ВВП країни, оптимізує використання внутрішніх ресурсів, визначає структурні зміни у внутрішній і зовнішній політиці, дозволяє формувати динаміку та напрями розвитку

національної економіки. Уряд України проводить політику створення сприятливих умов для ведення бізнесу, усунення існуючих перешкод для підприємницької діяльності та створення привабливих умов для підприємницької діяльності, що дозволить залучити інвестиції та потенціал приватного капіталу для розвитку вітчизняної економіки.

Отже, в умовах ринкової трансформації України перед всіма підприємствами постає питання щодо адаптації до нових викликів, викликаних чинниками глобалізаційного характеру. Саме на ці чинники, на ці виклики повинна реагувати місія, яка пов'язує підприємство з навколишнім середовищем. Також варто пам'ятати, що місія гуртує внутрішнє середовище будь-якого підприємства, щог в черговий раз зазначає про її важливість. На нашу думку, місія повинна враховувати такі чинники як інноваційність, орієнтованість на екологію, на її збереження, націленість на досягненність сталого розвитку тощо.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Алтухов П.Л. Процесний підхід до забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник економічної науки України*. 2005. № 2. С. 3–5.
2. Гапак Н. М. Економічна безпека підприємства: сутність, зміст та основи оцінки. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: Економіка. 2013. Вип. 3 (40). С. 62–65.
3. Галелюк М.М. Підходи до підвищення конкурентоспроможності компаній. *Вісник економічної науки України*. 2015. №1. С. 10-14.
4. Духоніна О. Управління підприємствами в сучасних умовах. *Фінансова газета*. 2015. № 10. С. 96-99.
5. Мазур В.С. Нові підходи і форми менеджменту, як особливого типу управління. *Пріоритети економічного розвитку України: історія та сьогодення*. 2016. С. 178-183.
6. Поплавська Ж.В. Зміна парадигми стратегічного управління на підприємстві в умовах сучасного розвитку. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/26244/1/16.109.116.pdf>
7. Пащенко О.П. Стратегічне управління розвитком підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 2 (2). С. 99-103.
8. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. С. 70-75.
9. Петрик І.В. Інноваційна діяльність в Україні: сучасні тенденції, проблеми, заходи з активізації. *Молодий вчений*. 2019. № 4 (2). С. 510-516.
10. Толпежніков Р.О., Толпежнікова Т.Г., Балашов М.І. Формування маркетингового потенціалу підприємства в умовах міжнародних інтеграційних процесів. *Вісник МДУ. Серія: Економіка*. 2018. Вип. 15. С. 7-13.
11. Толпежніков Р.О., Толпежнікова Т.Г., Балашов М.І. Методологічні підходи до управління змінами в стратегії забезпечення потенціалу економічної



безпеки промислових підприємств. *Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. Серія: Економіка*. 2019. Вип. 4 (85). С. 68-72.

12. Куденко Н.В. Місія підприємства як регулятор його взаємовідносин із суб'єктами маркетингового середовища. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197263342.pdf> С. 84-94.

13. Могилова А.Ю. Місія підприємства – основа ефективного стратегічного управління. *Проблеми матеріальної культури. Серія економічні науки*. 2017. № 2 С. 172-174.

14. Краюшкін В.А. Дослідження сутності поняття «місія» для систем із соціальною складовою. *Економіка та держава*. 2009. № 3. С. 88-90.

15. Тарнавский В. Миссия... Это мода, увлечение или просто формальность? *Управление компанией*. 2002. № 5 (89). С. 12-17.

16. Шевченко І.Б. Основні засади формування місії підприємств поліграфічної промисловості. *Менеджмент виробництва* № 3. 2012. С. 75-84.

17. Передало Х. С. Основні напрями оцінювання місії організації. *Ефективна економіка* № 5. 2012. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1148>

18. Петрик І. В., Божко П. В., Толстікова Т. С. *Особливості розвитку технології блокчейн у світі*. Науково-виробничий журнал. 2022. С. 153.

19. Петрик І.В., Дятлова В.В. Сучасні підходи до розвитку відновлювальної енергетики як складової інноваційної економіки України. *Економіка і організація управління*. № 2 (34). 2019. С. 20-27.

20. Передало Х.С., Іванець Л.В. Індикатори оцінювання якості формування та результативності місії організації. *Ефективна економіка* № 11. 2011. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>

21. Місія компанії: як її створити + приклади відомих компаній. URL: <https://hurma.work/blog/misiya-ta-czinnosti-kompaniyi-yak-ih-stvoriti-prikladi-vidomih-kompanij/>

22. Місія, візія, цінності – короткі визначення. URL:

<https://hurma.work/blog/misiya-ta-czinnosti-kompaniyi-yak-ih-stvoriti-prikladi-vidomih-kompanij/>

23. Шведа Н.М. Причини необхідності формулювання місії підприємства. *Матеріали VIII-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М.Г.Чумаченка «Інновації: аспекти управління, виробництва, сфери обслуговування» ТНТУ імені Івана Пулюя*, (Тернопіль, 28 березня 2019 року). С. 91-92.

24. Селюкова М.О. Місце та роль місії в процесі управління організацією. *Вісник Харківського національного економічного університету*. 2014. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/>

25. Державний комітет статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

26. Смерек В. Що таке місія і кому вона потрібна. *Податкове планування*. 2008. № 2 (88). С. 47-54.