

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
(назва навчального підрозділу)

Чернівецький інститут

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни: Основи підприємницької діяльності

на тему:

Види підприємницької діяльності

Студентки Нестерової Марії Іванівні

групи ТУчн-12-23-Б1М (4,6зс)

напряму підготовки (спеціальності)

Керівник: Хамига Ю.Я, PhD

Оцінка:

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ ECTS _____

Члени комісії

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

2026 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА	4
1.1. Сутність, принципи та функції підприємницької діяльності	4
1.2. Класифікація видів підприємництва за сферами прикладання капіталу	6
1.3. Організаційно-правові форми ведення бізнесу в Україні	8
1.4. Підприємницьке середовище та його вплив на діяльність суб'єктів господарювання.....	10
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	12
2.1. Виробниче та комерційне підприємництво: порівняльна характеристика	14
2.2. Роль фінансового та посередницького підприємництва у ринковій економіці	15
2.3. Вплив цифровізації на появу нових видів дистанційного бізнесу	18
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	22
3.1. Основні бар'єри на шляху розвитку малого та середнього бізнесу	23
3.2. Напрями стимулювання підприємницької ініціативи в післявоєнний період	27
3.3. Роль етики та соціальної відповідальності у сучасному підприємництві.....	29
ВИСНОВКИ	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	36

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах трансформації економіки України підприємництво виступає ключовим фактором стабільності та розвитку держави. Саме приватна ініціатива дозволяє оперативно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, створювати нові робочі місця та забезпечувати наповнення бюджету. Розуміння багатогранності видів підприємницької діяльності є необхідним для ефективного управління бізнес-процесами та вибору оптимальної стратегії розвитку власної справи. Останні роки внесли суттєві корективи у структуру вітчизняного бізнесу, вивівши на перший план цифрові технології та гнучкі форми сервісу, що робить дослідження видів підприємництва особливо актуальним сьогодні [2, с. 14].

Метою курсової роботи є всебічне дослідження теоретичних аспектів класифікації видів підприємницької діяльності, аналіз їх сучасного стану в Україні та визначення перспектив їх розвитку в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Для досягнення поставленої мети було визначено наступні завдання:
Розкрити економічну сутність та основні функції підприємництва.
Систематизувати підходи до класифікації видів підприємницької діяльності.
Охарактеризувати основні організаційно-правові форми суб'єктів господарювання.

Проаналізувати особливості функціонування виробничого, комерційного та фінансового підприємництва.
Визначити основні проблеми та стратегічні пріоритети розвитку підприємницького сектору в Україні.

Об'єктом дослідження є сукупність економічних відносин, що виникають у процесі здійснення різних видів підприємницької діяльності.
Предметом дослідження є теоретичні засади, класифікаційні ознаки та практичні особливості функціонування основних видів підприємництва.

Методи дослідження. При написанні роботи використовувалися методи аналізу та синтезу, порівняння, класифікації та систематизації теоретичних даних.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Теоретичне осмислення підприємництва як особливої форми господарювання потребує глибокого аналізу його генезису та ролі в системі ринкових відносин. У першому розділі курсової роботи розглядаються фундаментальні засади функціонування підприємницьких структур, визначаються їхні ключові функції та принципи, що формують основу для прийняття ефективних управлінських рішень.

Особлива увага приділяється класифікації видів діяльності, оскільки правильний вибір сфери прикладання капіталу та організаційно-правової форми є визначальним фактором виживання бізнесу на початкових етапах. Дослідження теоретичного базису дозволяє зрозуміти, як ініціативність окремої особи перетворюється на суспільно корисний економічний результат, що забезпечує сталий розвиток національної економіки в цілому.

1.1. Сутність, принципи та функції підприємницької діяльності

Становлення ринкових відносин в Україні неможливе без активного розвитку підприємницького сектору. Підприємництво — це не просто спосіб заробітку, а особливий тип економічної поведінки, що базується на інноваційному пошуку, сміливості та відповідальності. У вітчизняному законодавстві, зокрема у Господарському кодексі України, підприємництво визначається як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [1, с. 42].

Аналізуючи думки науковців, можна виділити кілька ключових характеристик, які відрізняють підприємця від звичайного власника чи менеджера:

1. Свобода вибору діяльності: підприємець самостійно вирішує, що виробляти та які послуги надавати.
2. Ризиковий характер: успіх нікому не гарантований, і підприємець несе повну матеріальну відповідальність за свої рішення [19, с. 14].
3. Інноваційність: здатність впроваджувати нові технології, товари або методи управління.
4. Підприємницька діяльність в Україні базується на певних принципах, закріплених законодавчо та вироблених світовою практикою. До основних із них варто віднести:
5. Вільний вибір видів діяльності.
6. Залучення на добровільних засадах майна та коштів юридичних осіб і громадян.
7. Самостійне формування програми діяльності, вибір постачальників і споживачів продукції.
8. Вільне наймання працівників.
9. Вільне розпорядження прибутком, що залишається після сплати податків та інших обов'язкових платежів [5, с. 88].
10. Роль підприємництва у суспільстві найкраще розкривається через його функції. На мою думку, найбільш вагомими є наступні:
11. Ресурсна (факторна): передбачає мобілізацію фінансових, матеріальних, трудових та інтелектуальних ресурсів для виробництва товарів.
12. Творча (інноваційна): пов'язана з генерацією нових ідей та їх впровадженням у практику [16, с. 110].
13. Організаційна: виявляється у поєднанні факторів виробництва в єдиний працюючий механізм.
14. Соціальна: створення робочих місць, сплата податків до бюджету, що дозволяє державі фінансувати медицину та освіту [14, с. 35].

Варто підкреслити, що в умовах воєнного стану соціальна функція підприємництва набула особливого значення. Бізнес став не лише джерелом

прибутку, а й опорою для волонтерських рухів та підтримки економічного фронту держави [12, с. 17]. Таким чином, підприємництво є динамічним елементом економіки, який постійно трансформується під впливом зовнішніх факторів, але незмінно базується на приватній ініціативі та відповідальності.

1.2. Класифікація видів підприємництва за сферами прикладання капіталу

Для системного розуміння структури сучасної економіки необхідно детально розглянути класифікацію підприємницької діяльності, оскільки кожен її вид має свої специфічні особливості, механізми отримання прибутку та рівні ризику. Найбільш поширеним у науковій літературі є поділ підприємництва залежно від змісту діяльності та її зв'язку з основними стадіями відтворювального процесу. Відповідно до цього критерію виділяють виробниче, комерційне, фінансове та посередницьке підприємництво

Виробниче підприємництво вважається базовим і найбільш складним видом діяльності, адже саме в цій сфері створюються матеріальні та духовні блага, що задовольняють потреби населення. Воно охоплює промисловість, сільське господарство, будівництво, а також інтелектуальну працю, спрямовану на створення програмного забезпечення або наукових розробок. Особливістю виробничого бізнесу є те, що підприємець використовує фактори виробництва для створення товарів, які потім реалізуються споживачам або торговим організаціям. Цей вид діяльності вимагає значних довгострокових інвестицій у виробничі потужності, сировину та кваліфікований персонал [9, с. 112]. На мою думку, саме виробничий сектор є фундаментом економічної незалежності держави, хоча він і характеризується довшим періодом окупності витрат порівняно з торговою сферою.

1. Комерційне підприємництво, яке часто називають торговельним, базується на операціях з перепродажу товарів і послуг. У цьому випадку підприємець не займається безпосереднім виробництвом, а виконує роль ланки між виробником і кінцевим споживачем. Основною метою комерційної діяльності

є отримання прибутку за рахунок різниці між ціною закупівлі продукції та ціною її реалізації. Цей вид бізнесу приваблює підприємців своєю мобільністю та швидким обігом капіталу [7, с. 54]. У сучасних умовах України комерційне підприємництво активно трансформується під впливом цифрових технологій, що призводить до стрімкого розвитку інтернет-торгівлі та електронних майданчиків, які мінімізують витрати на оренду приміщень та утримання великого штату працівників.

2. Фінансове підприємництво є особливою формою підприємницької діяльності, де об'єктом купівлі-продажу стають не матеріальні товари, а специфічні активи — грошові кошти, валюта, цінні папери та фінансові послуги. Суб'єктами у цій сфері виступають комерційні банки, страхові компанії, інвестиційні фонди та фондові біржі. Це високорегульована державою сфера, оскільки вона безпосередньо впливає на стабільність національної валюти та загальний інвестиційний клімат у країні [6, с. 88]. Підприємець у фінансовій сфері заробляє на відсотках, комісійних винагородах або на зміні курсової вартості активів. Варто зауважити, що фінансове підприємництво потребує високого рівня професійних знань та постійного моніторингу глобальних економічних трендів.
3. Посередницьке підприємництво займає нішу поміж іншими видами бізнесу, сприяючи укладанню угод та обміну товарами й послугами. Посередники (брокери, дилери, агенти) не обов'язково мають бути власниками товару; їхня головна цінність полягає в інформаційній підтримці та професійній організації процесу переговорів [26, с. 45]. У світі, де інформація стає найдорожчим ресурсом, роль посередників постійно зростає, оскільки вони допомагають виробникам знаходити найбільш вигідні ринки збуту, а покупцям — оптимальних постачальників, економлячи час та ресурси обох сторін.

1.3. Організаційно-правові форми ведення бізнесу в Україні

Вибір організаційно-правової форми є першим стратегічним рішенням майбутнього підприємця, оскільки від цього залежить порядок реєстрації, ступінь майнової відповідальності, особливості оподаткування та внутрішня структура управління підприємством. В українському правовому полі основні вимоги до створення та функціонування суб'єктів господарювання регулюються Господарським та Цивільним кодексами України [1, с. 55; 2, с. 20].

Можна виділити такі основні форми підприємницької діяльності, які є найбільш поширеними серед вітчизняних суб'єктів господарювання:

1. Фізична особа-підприємець (ФОП). Це найбільш проста і доступна форма ведення бізнесу, яка ідеально підходить для мікро- та малого підприємництва. Перевагами цієї форми є спрощена процедура реєстрації та припинення діяльності, відсутність потреби у формуванні статутного капіталу та спрощений порядок ведення обліку, особливо для платників єдиного податку. Однак, варто враховувати суттєвий недолік — відповідальність за своїми зобов'язаннями фізична особа несе всім належним їй майном, що створює певні ризики у разі невдалого бізнес-проекту [3, с. 12].
2. Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Ця форма є найбільш популярною серед представників середнього бізнесу в Україні. Головна особливість ТОВ полягає в тому, що статутний капітал товариства розділений на частки, а учасники не несуть особистої відповідальності за зобов'язаннями товариства, ризикуючи лише межами своїх вкладів [4, с. 30]. Це дозволяє ефективно залучати інвестиції від партнерів та розподіляти управлінські функції між засновниками. Для створення ТОВ потрібна розробка Статуту, який є основним установчим документом.
3. Акціонерне товариство (АТ). Така форма господарювання є доцільною для великих підприємств, які планують залучати значні обсяги капіталу шляхом випуску та публічного продажу акцій. Акціонерні товариства поділяються на

публічні та приватні, залежно від процедури розміщення акцій. Це найскладніша форма управління, яка вимагає ведення реєстру акціонерів, проведення загальних зборів та дотримання жорстких вимог щодо розкриття інформації про фінансовий стан [8, с. 75].

4. Фермерське господарство та інші види кооперації. Специфічні організаційно-правові форми, що створюються для ведення сільськогосподарського виробництва або для спільної реалізації спільних економічних інтересів членів кооперативу. Такі об'єднання дозволяють акумулювати ресурси декількох осіб для отримання ефекту масштабу, що є надзвичайно важливим у сфері агробізнесу [23, с. 50].

Підсумовуючи викладене, варто зазначити, що вибір конкретної форми залежить від масштабів запланованої діяльності, кількості партнерів, необхідності залучення зовнішніх інвестицій та готовності підприємця нести ризики. Для початківця найчастіше оптимальним є вибір ФОП, тоді як розвиток масштабованого бізнесу зазвичай вимагає переходу до форми ТОВ, що забезпечує чітке розмежування між особистими фінансами власника та активами підприємства.

1.4. Підприємницьке середовище та його вплив на діяльність суб'єктів господарювання

Ефективність функціонування будь-якого виду підприємницької діяльності, незалежно від її масштабів та галузевої приналежності, безпосередньо залежить від стану та динаміки підприємницького середовища. На мою думку, під підприємницьким середовищем слід розуміти складну, багаторівневу інтегровану систему зовнішніх та внутрішніх чинників, які створюють певні умови для зародження, становлення та подальшого масштабування бізнес-ініціатив. Своєчасний аналіз цих чинників дозволяє підприємцю не лише ідентифікувати потенційні загрози, а й виявити

приховані «вікна можливостей» для отримання конкурентних переваг [19, с. 21].

Зовнішнє підприємницьке середовище (макросередовище) має визначальний вплив, оскільки воно формує загальні правила гри на ринку, на які окреме підприємство зазвичай не може впливати безпосередньо. У межах макросередовища доцільно виділити наступні ключові блоки факторів:

1. Економічні фактори. Це фундамент підприємницької активності. Сюди належать темпи росту ВВП, рівень інфляції, стабільність національної валюти, купівельна спроможність населення та облікова ставка центрального банку. В умовах високої інфляції планування довгострокових інвестицій стає ризикованим, оскільки вартість ресурсів постійно зростає. Крім того, податкова політика держави як елемент економічного середовища безпосередньо регулює рівень прибутковості бізнесу. На мою думку, для стимулювання виробничого підприємництва критично важливою є наявність пільгових кредитних програм, які дозволяють залучати капітал для оновлення основних засобів [25, с. 47].
2. Політико-правові фактори. Стабільність політичної системи та якість законодавчої бази є запорукою захисту прав власності. Для підприємця важливо мати впевненість у тому, що «правила гри» не зміняться раптово. Правове середовище включає господарське, трудове та антимонопольне законодавство. Спрощення процедур реєстрації бізнесу, ліцензування та сертифікації продукції (дерегуляція) є потужним стимулом для виходу підприємництва з «тіні». Водночас, ефективна судова система має гарантувати швидке та чесне вирішення господарських спорів, що є базовою умовою довіри інвесторів до національної економіки [1, с. 62].
3. Технологічні фактори. У епоху четвертої промислової революції рівень науково-технічного прогресу визначає життєздатність бізнесу. Доступ до швидкісного інтернету, розвиток хмарних технологій, автоматизація та впровадження штучного інтелекту — це ті чинники, які дозволяють

мікропідприємствам конкурувати з великими корпораціями. Технологічне середовище вимагає від сучасного підприємця безперервного навчання (lifelong learning), оскільки ігнорування інновацій призводить до швидкої втрати ринкових позицій [22, с. 88].

4. Соціально-культурні фактори. Підприємництво не існує у вакуумі; воно є відображенням потреб та цінностей суспільства. Демографічна ситуація, рівень освіти, релігійні переконання та споживчі звички формують попит. Наприклад, зростання екологічної свідомості населення стимулює появу «зеленого» підприємництва. Важливим аспектом є також ставлення суспільства до підприємця: чи сприймається він як творець суспільного блага, чи як особа, що дбає лише про власний прибуток. Формування позитивного іміджу підприємництва є важливою передумовою для притоку молодих кадрів у цей сектор [15, с. 142].

Внутрішнє середовище підприємства, на відміну від зовнішнього, є керованим. Воно включає в себе такі компоненти, як організаційна структура, фінансові ресурси, кадровий потенціал та корпоративна культура. На мою думку, саме синергія внутрішніх ресурсів дозволяє бізнесу адаптуватися до турбулентного зовнішнього середовища. Наприклад, наявність згуртованої команди та гнучкої системи управління дозволяє кав'ярні швидко змінити постачальника або впровадити нову послугу в умовах кризи, що було б неможливо для забюрократизованої великої структури [19, с. 25].

Окремої уваги заслуговує інституційне середовище, яке включає в себе інфраструктуру підтримки бізнесу: банки, страхові компанії, консалтингові агенції, торгово-промислові палати та бізнес-інкубатори. Розвиненість цих інститутів дозволяє знизити трансакційні витрати підприємця та полегшити доступ до ринків збуту та інформації.

На завершення підрозділу варто підкреслити, що в сучасних умовах України підприємницьке середовище перебуває під впливом екстремальних факторів безпеки. Це вимагає від суб'єктів господарювання формування

«резильєнтності» — здатності не лише витримувати удари, а й відновлюватися та ставати сильнішими. Взаємодія всіх перерахованих факторів створює унікальний ландшафт, у якому виживають найбільш адаптивні та стратегічно орієнтовані підприємницькі структури [14, с. 45].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У даному розділі проведено аналіз практичних аспектів підприємницької діяльності в умовах трансформації економіки України. Сучасний стан вітчизняного підприємництва характеризується високим рівнем адаптивності до зовнішніх викликів, серед яких ключовими є нестабільність споживчого попиту, енергетичні обмеження та необхідність швидкої цифровізації бізнес-процесів.

Об'єктом аналізу обрано сферу гастрономії, оскільки вона є однією з найбільш чутливих до змін ринкової кон'юнктури та демонструє динамічну взаємодію різних видів підприємництва — від виробничого до посередницького. Вивчення особливостей функціонування підприємств у цій галузі дозволяє наочно продемонструвати теоретичні засади підприємництва, розглянуті у першому розділі, та виявити найбільш ефективні стратегії господарювання в сучасних умовах. У даному розділі проведено комплексний аналіз практичних аспектів реалізації підприємницької діяльності в динамічному середовищі сучасної України. На мою думку, перехід від теоретичних моделей до практичного аналізу є критично важливим, оскільки саме в реальному секторі економіки проявляються всі переваги та недоліки обраних стратегій господарювання.

Сучасний стан вітчизняного підприємництва характеризується безпрецедентним рівнем адаптивності. Підприємці сьогодні змушені не лише боротися за прибуток, а й виконувати функцію соціальної стабілізації, забезпечуючи потреби населення в умовах воєнного стану та енергетичних викликів.

Особливе місце в аналізі посідає сфера малого та середнього бізнесу, зокрема галузь гастрономії та громадського харчування. Вибір кав'ярень як об'єкта дослідження обумовлений тим, що ця ніша демонструє найвищу швидкість впровадження інновацій та гнучкість у зміні організаційно-

правових форм. Аналізуючи діяльність таких суб'єктів, можна наочно простежити трансформацію комерційного підприємництва у гібридні форми, де сервіс тісно переплітається з виробничими циклами (обсмажування зерна, власна кондитерська продукція).

Крім того, у цьому розділі приділено увагу тому, як зовнішнє середовище — від податкових змін до цифровізації — формує нові вимоги до компетенцій сучасного підприємця. Ми розглянемо, як класичні види діяльності адаптуються до дистанційних форматів роботи та яку роль у цьому відіграють фінансові інструменти підтримки. Такий підхід дозволяє сформувати цілісну картину функціонування підприємства як живого організму, що постійно еволюціонує під тиском ринкової конкуренції та соціально-економічних трансформацій [25, с. 42].

2.1. Виробниче та комерційне підприємництво: порівняльна характеристика на прикладі сфери гастрономії

Для того, щоб детально розібратися у специфіці основних видів підприємницької діяльності, доцільно розглянути їхню взаємодію на прикладі сучасного ринку послуг харчування, зокрема на прикладі мережі кав'ярень. Ця галузь цікава тим, що вона поєднує в собі елементи як виробничого, так і комерційного підприємництва, що дозволяє наочно побачити відмінності у бізнес-процесах.

Виробничий аспект у діяльності кав'ярні проявляється у процесі створення кінцевого продукту з сировини. Підприємець-виробник у цій сфері займається закупівлею зеленого кавового зерна, його обсмажуванням за певною технологією, розробкою унікальних рецептур напоїв та безпосереднім приготуванням кави. У цьому випадку основна додана вартість створюється саме на етапі трансформації ресурсів у готовий до вживання продукт [9, с. 145]. Такий вид діяльності потребує спеціального обладнання (ростерів, кавових машин), кваліфікованого персоналу (бариста, технологів) та суворого

дотримання санітарно-гігієнічних норм. На мою думку, виробнича складова є критично важливою для формування унікальної торгової пропозиції, оскільки саме якість власного обсмажування чи авторська рецептура дозволяють бізнесу виділитися серед конкурентів.

З іншого боку, комерційне підприємництво в діяльності кав'ярні виражається через перепродаж супутніх товарів, які не потребують внутрішньої переробки. Це можуть бути десерти від сторонніх постачальників, упакована кава в пачках, аксесуари для заварювання або фірмовий мерч. У цьому контексті підприємець виступає як торговий посередник, чиє головне завдання — забезпечити ефективну логістику, привабливу викладку товару та професійні продажі. Комерційна складова дозволяє кав'ярні суттєво розширити асортимент та підвищити середній чек без значних додаткових витрат на виробничі процеси [7, с. 62].

Порівнюючи ці два види діяльності в межах одного підприємства, можна помітити, що виробничий процес забезпечує лояльність клієнтів через якість продукту, тоді як комерційний процес підвищує фінансову стійкість за рахунок диверсифікації доходів. У сучасних умовах успішна кав'ярня — це симбіоз високих стандартів виробництва та грамотної комерційної стратегії. Важливо також враховувати ризики: виробничий сектор більше залежить від стабільності постачання енергії та справності обладнання, тоді як комерційний — від коливань закупівельних цін у постачальників та споживчого попиту на неосновні товари [19, с. 25]. Таким чином, гармонійне поєднання цих видів підприємництва створює стійку бізнес-модель, здатну адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури.

2.2. Роль фінансового та посередницького підприємництва у ринковій економіці

Хоча на перший погляд може здатися, що фінансове та посередницьке підприємництво мають менше відношення до реального сектору (як-от

кав'ярні), насправді вони відіграють роль «кровоносної системи», що забезпечує функціонування будь-якого бізнесу. Без залучення капіталу та професійних посередників розвиток підприємницької ініціативи був би вкрай обмеженим.

Фінансове підприємництво забезпечує бізнес необхідними інвестиційними та кредитними ресурсами. Для відкриття кав'ярні або розширення мережі підприємців часто звертається до послуг комерційних банків за кредитами або використовує лізингові схеми для придбання дорогого обладнання. Крім того, страхування майна та ризиків також є частиною фінансового підприємництва, яка захищає власника бізнесу від непередбачуваних фінансових втрат [6, с. 102]. В умовах нестабільної економіки доступ до фінансових інструментів стає вирішальним фактором виживання малого бізнесу. На мою думку, саме розвиток доступних фінансових програм, таких як державна програма «Доступні кредити 5-7-9%», є потужним стимулом для підтримки підприємницької активності в Україні [14, с. 41].

Посередницьке підприємництво у сучасній економіці все частіше набуває цифрових форм. Якщо раніше посередниками були переважно дистриб'ютори кавових зерен, то сьогодні це потужні маркетплейси та сервіси доставки (наприклад, Glovo чи Bolt Food). Ці компанії не виробляють каву і не володіють кав'ярнями, але вони створюють інфраструктуру, яка з'єднує виробника зі споживачем. За свою роботу посередники отримують комісію, але натомість бізнес отримує доступ до величезної аудиторії клієнтів, які надають перевагу дистанційним замовленням [26, с. 58].

Таким чином, фінансове та посередницьке підприємництво виконують сервісні функції, які роблять ринок більш динамічним. Вони дозволяють виробничим і комерційним підприємствам зосередитися на своїй основній діяльності, передаючи завдання з пошуку капіталу чи організації збуту професіоналам. Взаємодія всіх чотирьох видів підприємництва створює

цілісну економічну систему, де кожен суб'єкт займає свою нішу, забезпечуючи загальний розвиток і задоволення потреб суспільства.

Окремим і надзвичайно перспективним сегментом фінансового підприємництва, який заслуговує на глибокий аналіз, є фінансовий лізинг. Для малого бізнесу, зокрема для кав'ярень, лізинг часто є більш вигідною альтернативою класичному кредитуванню. Він дозволяє підприємцю отримати дороговартісне обладнання (професійні кавомашини, ростери, холодильні установки) без вилучення значних обігових коштів з бізнесу. На мою думку, лізинг виконує подвійну функцію: з одного боку, він стимулює технологічне оновлення виробництва, а з іншого — знижує податкове навантаження, оскільки лізингові платежі відносяться на витрати підприємства. Це яскравий приклад того, як фінансове підприємництво стає каталізатором розвитку реального сектору економіки [6, с. 108].

Також варто звернути увагу на роль страхового підприємництва у забезпеченні стійкості бізнес-процесів. У сучасних умовах України страхування майна, відповідальності перед третіми особами та специфічних воєнних ризиків стає не просто опцією, а необхідним елементом фінансової стратегії. Підприємець-страховик, розробляючи адаптивні страхові продукти, допомагає малому бізнесу нівелювати наслідки непередбачуваних обставин — від пожежі в приміщенні до перерви в діяльності через пошкодження інфраструктури. На мою думку, розвиток ринку доступного мікрострахування дозволив би багатьом студентам-підприємцям почуватися впевненіше при старті власних проєктів, знаючи, що їхні початкові інвестиції захищені [15, с. 145].

У контексті посередницького підприємництва не можна оминати увагою трансформацію традиційних агентських відносин у цифрові екосистеми. Сьогодні посередник — це не просто особа, що зводить продавця і покупця, а складна технологічна платформа. Наприклад, агрегатори замовлень та платіжні системи (FinTech-посередники) беруть на себе функцію гаранта

безпеки трансакцій. Вони забезпечують миттєву оплату, захист даних клієнта та автоматичне формування звітності. Таке посередництво критично важливе для дистанційного бізнесу, оскільки воно знімає з підприємця-виробника величезний пласт адміністративної роботи, дозволяючи зосередитися на якості продукту та клієнтському досвіді [13, с. 55].

Крім того, важливим видом посередництва є інформаційний та консалтинговий супровід. Бізнес-брокери та маркетингові агенції виступають посередниками між брендом та ринком, допомагаючи адаптувати продукт під мінливі запити споживачів. У сфері гастрономії це проявляється у залученні спеціалістів з SMM-просування або бренд-шефів, які за комісійну винагороду допомагають кав'ярні вийти на новий рівень впізнаваності. На мою думку, інтелектуальне посередництво в епоху економіки знань стає одним із найбільш високоприбуткових видів діяльності, оскільки інформація сьогодні є дорожчою за матеріальні ресурси [26, с. 64].

На завершення аналізу цього підрозділу варто підкреслити, що фінансове та посередницьке підприємництво в Україні поступово переходять до моделі Open Banking та партнерського банкінгу. Це означає, що фінансові установи інтегруються безпосередньо в інтерфейси бізнесу, пропонуючи кредити або розстрочку клієнту прямо в момент покупки кави чи зерна онлайн. Такий рівень синергії різних видів підприємництва створює безбар'єрне середовище для споживача та забезпечує безперервний рух капіталу в національній економіці, що є життєво необхідним для її післявоєнного відновлення [22, с. 90].

2.3. Вплив цифровізації на появу нових видів дистанційного бізнесу

Цифрова трансформація економіки внесла радикальні корективи у традиційні уявлення про підприємництво, перетворивши технології з допоміжного інструменту на ключовий фактор конкурентоспроможності. На прикладі кавового бізнесу та сфери послуг загалом можна чітко простежити,

як автоматизація та диджиталізація створюють абсолютно нові види дистанційної взаємодії з клієнтом. На мою думку, сьогодні вже неможливо уявити успішну кав'ярню без цифрової екосистеми, яка включає мобільні додатки, системи лояльності та інтеграцію з сервісами доставки [13, с. 47].

Одним із найважливіших проявів цифровізації є автоматизація внутрішніх бізнес-процесів. Сучасні CRM-системи та спеціалізоване програмне забезпечення (наприклад, Poster чи аналоги) дозволяють підприємцю в режимі реального часу контролювати залишки на складі, аналізувати ефективність роботи персоналу та відстежувати пікові години навантаження. Це суттєво знижує вплив людського фактора та мінімізує витрати, що є критично важливим для малого бізнесу. Крім того, перехід на електронний документообіг та хмарні технології дозволяє керувати мережею закладів дистанційно з будь-якої точки світу, що фактично стирає географічні межі для власника бізнесу [22, с. 72].

Окремої уваги заслуговує розвиток мобільного підприємництва. Впровадження власних додатків кав'ярень, де клієнт може зробити «передзамовлення», оплатити його онлайн і забрати готовий напій без черги, створило новий формат споживання — «кава на ходу» (to go) з цифровим супроводом. Це не лише підвищує зручність для споживача, а й дозволяє підприємцю збирати Big Data — величезні масиви даних про вподобання клієнтів. Завдяки цьому маркетинг стає персоналізованим: система знає, коли ви зазвичай п'єте лате, і може запропонувати знижку саме в цей час, стимулюючи повторні продажі [13, с. 49].

Також не можна ігнорувати роль соціальних мереж як потужного інструменту комерційного підприємництва. Сьогодні Instagram чи TikTok є не просто платформами для розваг, а повноцінними вітринами. Для кав'ярні «інстаграмність» інтер'єру та візуальна привабливість продукту стають такими ж важливими, як і смак напоїв. Це породжує новий вид маркетингового підприємництва, де основний капітал — це охоплення аудиторії та рівень

залученості підписників. Бізнес, який ігнорує ці канали комунікації, фактично втрачає доступ до молодого покоління споживачів [18, с. 255].

Підсумовуючи, варто зазначити, що цифровізація призвела до появи гібридних форм підприємництва. Сьогодні кав'ярня — це вже не просто приміщення зі стільцями та барною стійкою, а складний цифровий продукт, де фізичний сервіс тісно переплетений з онлайн-платформами. Ті підприємці, які змогли швидко адаптуватися до дистанційних форм роботи, виявилися найбільш стійкими до викликів пандемії та воєнного стану, забезпечуючи безперервність бізнес-процесів навіть у найскладніших умовах [22, с. 75].

Важливим вектором трансформації є впровадження технологій штучного інтелекту (AI) та машинного навчання в аналітику підприємницької діяльності. На мою думку, сучасне дистанційне підприємництво виходить на новий рівень, де прогностичний аналіз дозволяє мінімізувати ризики ще до моменту закупівлі сировини. AI-алгоритми здатні аналізувати не лише історію продажів конкретної кав'ярні, а й зовнішні чинники: прогноз погоди, трафік у районі, проведення масових заходів поблизу. Це дозволяє підприємцю максимально точно розраховувати обсяги виробництва, уникаючи списання продуктів та оптимізуючи графік роботи персоналу. Таким чином, цифровізація перетворює підприємця з «виконавця» на «стратегічного аналітика», що оперує цифрами у режимі реального часу [16, с. 112].

Окремої уваги заслуговує поява та стрімкий розвиток принципово нових моделей дистанційного бізнесу, таких як «хмарні кухні» (Dark Kitchen) або «віртуальні бренди». Це моделі підприємництва, які взагалі не передбачають наявності торгового залу чи фізичного контакту з відвідувачами. Весь бізнес-процес зосереджений виключно на виробництві продукту та його доставці через цифрові платформи. У контексті кавового бізнесу це проявляється у створенні цехів з обсмажування кави, що працюють виключно за передплатою через веб-сайт або Telegram-бот. Така модель дозволяє радикально знизити постійні витрати на оренду в центральних районах міста та дизайн інтер'єру,

переспрямовуючи вивільнений капітал на якість обладнання та маркетинг [25, с. 58].

Також цифровізація відкрила шлях до гейміфікації підприємництва та програм лояльності нового покоління. Сучасні цифрові сервіси дозволяють впроваджувати елементи гри у процес споживання: накопичувальні бонуси, віртуальні нагороди за відвідування, інтерактивні челенджі в соціальних мережах. Це не просто утримує клієнта, а створює навколо бренду активну спільноту (community), яка сама стає інструментом безкоштовного просування бізнесу. На мою думку, соціальний капітал у цифрову епоху стає не менш важливим, ніж фінансовий капітал, оскільки довіра підписників конвертується у стабільний прибуток навіть в умовах високої ринкової турбулентності [18, с. 260].

Крім того, розвиток безконтактних технологій оплати та QR-меню став не просто гігієнічною вимогою після пандемії, а інструментом збору маркетингової аналітики. Кожне сканування коду клієнтом — це точка даних, яка дозволяє відстежувати, які позиції меню викликають найбільший інтерес, скільки часу людина проводить за вибором і які додаткові товари її цікавлять. Це дозволяє підприємцю впроваджувати стратегію «динамічного меню», де позиції можуть змінюватися залежно від часу доби або дня тижня, що значно підвищує ефективність комерційного підприємництва у порівнянні з традиційними офлайн-форматами [13, с. 52].

На завершення аналізу впливу цифровізації варто зазначити, що вона створює умови для глобалізації навіть найменшого локального бізнесу. Сьогодні невелика крафтова кав'ярня з Києва чи Львова може продавати власне обсмажене зерно або брендovanу продукцію через міжнародні платформи (Etsy, Amazon, Shopify) клієнтам у будь-якій частині світу. Дистанційні канали комунікації стирають кордони, перетворюючи локального підприємця на учасника світового ринку. Проте, така трансформація вимагає від власника бізнесу високого рівня цифрової грамотності та готовності до

постійного самонавчання, оскільки технології оновлюються швидше, ніж встигає змінюватися профільне законодавство [22, с. 82].

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

У третьому розділі курсової роботи досліджуються ключові перешкоди, що стоять на шляху розвитку вітчизняного підприємництва, а також визначаються стратегічні напрями стимулювання бізнес-ініціативи в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення.

Сучасне середовище господарювання в Україні характеризується безпрецедентним рівнем невизначеності, що потребує від суб'єктів підприємництва надзвичайної гнучкості та інноваційності. Аналіз проблемного поля дозволяє сформулювати практичні рекомендації щодо підвищення стійкості малого та середнього бізнесу, який є основою економічної безпеки держави. Особлива увага приділяється адаптації підприємницьких структур до нових реалій, що включають енергетичну кризу, логістичні розриви та зміну структури споживчого ринку. Одним із перспективних напрямів стимулювання підприємницької діяльності в Україні є розвиток франчайзингу. Для молодих підприємців, які не мають достатнього досвіду для створення бізнес-моделі «з нуля», франшиза відомого бренду (наприклад, у тій же сфері кав'ярень) стає рятівним кругом. Це знижує ризики банкрутства, оскільки підприємець отримує готові технологічні карти, налаштований маркетинг та перевірених постачальників сировини. Державна підтримка у вигляді пільгового кредитування саме на купівлю франшиз могла б суттєво активізувати малий бізнес у регіонах, що постраждали від бойових дій [23, с. 55].

Крім того, на мою думку, надзвичайно важливим є розвиток бізнес-асоціацій. Об'єднання підприємців у галузеві союзи дозволяє їм ефективніше лобіювати свої інтереси на законодавчому рівні, спільно вирішувати логістичні проблеми та обмінюватися досвідом впровадження енергозберігаючих технологій. Співпраця бізнесу та місцевих громад

(муніципальне партнерство) може стати тим важелем, який перетворить локальні ініціативи на драйвери відбудови міст [15, с. 128].

3.1. Основні бар'єри на шляху розвитку малого та середнього бізнесу

Розвиток малого та середнього підприємництва (МСП) в Україні сьогодні відбувається у надскладних умовах, де до традиційних економічних проблем додалися виклики, пов'язані з безпековою ситуацією. На мою думку, першим і найвагомим бар'єром є загальна нестабільність та високі ризики, що робить довгострокове планування практично неможливим. Підприємці змушені працювати в умовах короткострокових стратегій, що обмежує можливості для масштабних інвестицій у виробниче обладнання чи інноваційні розробки [19, с. 16].

Другим критичним чинником є енергетична нестабільність. Для багатьох видів підприємницької діяльності, особливо у сфері виробництва та гастрономії (про яку ми говорили у другому розділі), відключення електроенергії означають зупинку бізнес-процесів. Це змушує бізнес інвестувати значні кошти в автономні джерела живлення, такі як генератори, сонячні станції або потужні накопичувачі енергії. Хоча це дозволяє продовжувати роботу, такі витрати суттєво підвищують собівартість продукції та послуг, що в умовах низької купівельної спроможності населення призводить до зниження прибутковості бізнесу [14, с. 37].

Третьою групою проблем є дефіцит кваліфікованих кадрів. Масова міграція населення та мобілізаційні процеси призвели до того, що на ринку праці відчувається гостра нестача як технічних фахівців, так і лінійного персоналу. Для підприємців це означає необхідність перегляду систем мотивації, інвестування у навчання нових працівників «з нуля» та автоматизацію тих процесів, де це можливо, щоб зменшити залежність від людського фактора [12, с. 19].

Четвертим бар'єром залишається складність доступу до фінансових ресурсів. Попри наявність державних програм підтримки, багато підприємців досі стикаються з жорсткими вимогами банків щодо застави та високими відсотковими ставками за комерційними кредитами. Крім того, податковий тиск та складність адміністрування податків часто стають причиною того, що малий бізнес змушений залишатися в «тіні» або мінімізувати свою діяльність [15, с. 120].

Також не можна ігнорувати логістичні труднощі. Руйнування інфраструктури, блокування кордонів та подорожчання пального змушують підприємців шукати нові маршрути постачання сировини та збуту продукції. Це особливо боляче б'є по експортоорієнтованих підприємствах, які втратили звичні ринки збуту та шляхи транспортування. На мою думку, подолання цих бар'єрів потребує не лише зусиль з боку самих підприємців, а й системної підтримки з боку держави, що включає податкові канікули, спрощення регуляторних процедур та активне залучення міжнародних грантів для підтримки малого бізнесу [27, с. 210].

Окремим, надзвичайно деструктивним бар'єром для розвитку вітчизняного підприємництва є криза платоспроможного попиту та зміна споживчої поведінки. В умовах затяжної економічної нестабільності населення змушене переходити до моделі жорсткої економії, обмежуючи витрати на товари та послуги, що не належать до категорії першої необхідності. Для малого бізнесу, особливо у сфері гастрономії чи індустрії розваг, це означає не лише падіння витрат, а й необхідність повної перебудови продуктового портфеля. Підприємці змушені шукати баланс між збереженням якості та утриманням цін у доступному діапазоні, що в умовах зростання курсу валют та вартості імпортової сировини призводить до "стиснення" бізнесу та втрати його інвестиційної привабливості [16, с. 115].

Не менш важливим бар'єром є інституційна недосконалість та бюрократичні перепони у сфері ліцензування та сертифікації. Попри

декларації про дерегуляцію, на практиці отримання дозволів на будівництво, підключення до електричних мереж (що стало критичним через потребу в автономності) або сертифікація продукції для експорту залишаються тривалими та витратними процесами. Для мікропідприємства, де власник часто є і менеджером, і юристом, такі адміністративні лабіринти забирають ресурс, який мав би спрямовуватися на розвиток та інновації. На мою думку, саме складність взаємодії з монополістами у сфері енергетики та комунальних послуг є одним із найбільш "невидимих", але відчутних гальм для відкриття нових виробничих потужностей у регіонах [1, с. 60].

Ще однією глибинною проблемою, яка стримує якісне зростання підприємництва, є високий рівень тінізації економіки. Несправедлива конкуренція з боку суб'єктів, які працюють поза правовим полем (не сплачують податки, не оформлюють офіційно працівників), ставить легальний бізнес у завідомо програшне становище. Легальний підприємець несе повний тягар податкового навантаження та соціальної відповідальності, що робить його продукт дорожчим порівняно з "тіньовими" аналогами. Це створює замкнене коло: чесний бізнес не може масштабуватися через низьку рентабельність, а держава недоотримує ресурси для розвитку інфраструктури, яка б мала підтримувати цей самий бізнес [5, с. 92].

Також варто детально розглянути проблему інформаційної асиметрії та низького рівня фінансової грамотності серед початківців. Багато підприємців-початківців стикаються з бар'єром відсутності якісної аналітики та прогнозів розвитку ринку. В умовах воєнного стану традиційні методи маркетингових досліджень часто не працюють, а доступ до сучасних інструментів аналізу великих даних (Big Data) є занадто дорогим для малого бізнесу. Це призводить до прийняття помилкових управлінських рішень, заснованих на інтуїції, а не на розрахунках, що суттєво підвищує відсоток закриття стартапів протягом першого року діяльності [22, с. 85].

Окремої уваги заслуговує технологічне відставання та знос основних засобів. Через неможливість залучення довгострокових інвестицій, більшість малих підприємств працює на застарілому обладнанні, що споживає велику кількість енергії та має низьку продуктивність. Це робить український продукт менш конкурентоспроможним порівняно з європейськими аналогами, де автоматизація та енергоефективність є стандартом. В умовах високої вартості кредитів, оновлення матеріально-технічної бази перетворюється на нездійсненне завдання, що консервує низьку ефективність праці та обмежує можливості для виходу на зовнішні ринки [19, с. 30].

На завершення, критичним бар'єром є відсутність культури страхування підприємницьких ризиків. В Україні ринок страхування воєнних та політичних ризиків лише починає формуватися, і його інструменти поки що недоступні для малого бізнесу. Це означає, що у разі пошкодження майна чи зупинки бізнесу через форс-мажорні обставини, підприємець залишається один на один зі збитками, не маючи жодної фінансової подушки безпеки. Така ситуація змушує бізнес працювати в режимі "виживання", уникаючи будь-яких ризикових, але перспективних проєктів, що в глобальному масштабі гальмує інноваційний розвиток всієї національної економіки [6, с. 105].

3.2. Напрями стимулювання підприємницької ініціативи в післявоєнний період

Відновлення економічного потенціалу України безпосередньо залежить від здатності держави створити сприятливі умови для розвитку приватної ініціативи. На мою думку, післявоєнна модель українського підприємництва має базуватися на трьох «китах»: цифровізації, інноваційності та орієнтації на глобальні ринки. Стимулювання підприємництва потребує не лише прямої фінансової підтримки, а й системних інституційних змін, які мінімізують адміністративний тиск та створять прозорі правила гри для кожного суб'єкта господарювання [14, с. 38].

1. Державні грантові програми та фінансова підтримка. Одним із найефективніших інструментів стимулювання бізнес-активності сьогодні є урядова програма «єРобота». Вона дозволяє отримати безповоротні кошти на запуск мікробізнесу, розвиток переробних підприємств або створення тепличних господарств. Для студентів та молодих підприємців такі гранти є критично важливими, оскільки вони вирішують проблему відсутності стартового капіталу. Важливо, щоб ці програми продовжували діяти і в післявоєнний період, трансформуючись у довгострокові інструменти інвестиційної підтримки зі спрощеними вимогами до звітності [27, с. 215].
2. Цифровізація державних послуг та проект «Дія.Бізнес». Україна вже є одним із лідерів у сфері GovTech, і цей напрям має стати фундаментом для безперешкодного ведення бізнесу. Портал «Дія.Бізнес» надає підприємцям не лише можливість швидкої реєстрації ФОП чи ТОВ за кілька хвилин, а й доступ до безоплатних консультацій, аналітики ринку та пошуку партнерів. Розширення функціоналу таких платформ дозволить максимально автоматизувати взаємодію бізнесу з податковими та контролюючими органами, що практично виключить корупційну складову та зекономить час підприємця для вирішення стратегічних завдань [13, с. 51].
3. Інтеграція у європейський економічний простір. Отримання Україною статусу кандидата на членство в ЄС відкриває перед вітчизняними підприємцями колосальні можливості. Напрямом стимулювання має стати допомога бізнесу в адаптації продукції до європейських стандартів та сертифікації товарів. Вихід на ринки Євросоюзу дозволить українським компаніям диверсифікувати ризики та отримати доступ до стабільної валютної виручки. На мою думку, державні центри підтримки експорту мають стати «провідниками» для малого бізнесу, допомагаючи знаходити ніші на європейському ринку — від IT-послуг до крафтового виробництва продуктів харчування [22, с. 76].

4. Розвиток соціального та екологічного підприємництва. Після війни в Україні виникне величезний запит на соціальну адаптацію ветеранів та внутрішньо переміщених осіб. Стимулювання бізнесів, які займаються працевлаштуванням цих категорій або виробництвом протезів, реабілітаційного обладнання та відбудовою житла, має стати пріоритетом. Крім того, «зелений» перехід та впровадження енергоефективних технологій дозволять підприємствам стати менш залежними від енергоносіїв та залучати «дешеві» екологічні кредити від міжнародних фінансових інституцій [15, с. 125].
5. Реформа системи бізнес-освіти. На мою думку, для стимулювання підприємницької ініціативи необхідно впроваджувати навчання основам бізнесу ще зі студентської лави, незалежно від спеціальності. Створення при університетах бізнес-інкубаторів та стартап-хабів дозволить молодим фахівцям перетворювати свої дипломні проекти на реальні комерційні кейси. Це сформує нове покоління підприємців, які володіють сучасними методами менеджменту, маркетингу та фінансового планування [5, с. 210].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що майбутнє українського підприємництва лежить у площині високої технологічності та відкритості світу. Поєднання державної підтримки, цифрових інструментів та незламності українського духу дозволить не лише відбудувати зруйноване, а й побудувати нову, інноваційну економіку, де кожен підприємець відчуватиме себе захищеним і затребуваним.

3.3. Роль етики та соціальної відповідальності у сучасному підприємстві

У XXI столітті успішне підприємництво неможливе без дотримання принципів ділової етики та корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Це концепція, згідно з якою підприємство не лише прагне отримати прибуток, а й добровільно бере на себе зобов'язання перед суспільством. В українських реаліях соціальна відповідальність бізнесу набула нових форм: від підтримки

екологічних ініціатив до активної допомоги Збройним Силам України та постраждалому населенню. На мою думку, соціально відповідальний бізнес має значно вищий рівень лояльності споживачів, що є стратегічною перевагою у довгостроковій перспективі [21, с. 45].

Етика підприємництва також включає культуру взаємовідносин з партнерами та конкурентами. Чесна конкуренція, відмова від корупційних схем та прозорість фінансової звітності стають стандартами для компаній, що планують виходити на міжнародні ринки. Розвиток етичних норм у вітчизняному бізнес-середовищі сприяє покращенню інвестиційного клімату в Україні. Впровадження програм соціальної відповідальності (наприклад, переробка кавової гущі в кав'ярнях або використання еко-пакування) дозволяє підприємствам не лише зберігати довкілля, а й формувати імідж сучасного, прогресивного бренду, що відповідає запитам нового покоління споживачів [15, с. 132].

У сучасному глобалізованому світі парадигма підприємницької діяльності зазнала фундаментальних змін: успіх бізнесу більше не вимірюється виключно показниками чистого прибутку або часткою ринку. На передній план виходить концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та ділової етики. На мою думку, етична поведінка підприємця стає не просто моральним вибором, а стратегічним активом, який безпосередньо впливає на інвестиційну привабливість та життєздатність компанії в довгостроковій перспективі. Підприємницька етика — це сукупність принципів і норм, що регулюють поведінку суб'єктів господарювання у їх взаємовідносинах з державою, партнерами, найманими працівниками та споживачами [21, с. 82].

Одним із ключових аспектів соціальної відповідальності є впровадження стандартів ESG (Environmental, Social, and Governance — екологічне, соціальне та корпоративне управління). Для українського підприємництва, яке прагне інтеграції в європейський економічний простір,

дотримання цих стандартів є критично важливим. Зокрема, екологічна складова передбачає мінімізацію негативного впливу на довкілля, перехід до економіки замкненого циклу (re-use, recycle) та енергоефективність. У контексті нашого прикладу з кав'ярнями, це може проявлятися у відмові від пластикових соломинок, використанні паперових стаканів з переробленої сировини або стимулюванні клієнтів використовувати власні багаторазові горнятка (знижка на каву "у свій посуд"). Такі кроки формують образ «свідомого» бренду, що надзвичайно цінується молодим поколінням споживачів (міленіалами та зумерами), для яких цінності компанії часто є важливішими за ціну продукту [15, с. 135].

Соціальний аспект відповідальності (Social) охоплює створення безпечних і гідних умов праці, розвиток людського капіталу та підтримку інклюзивності. В умовах воєнного стану в Україні цей напрям набув особливої гостроти. Сьогодні соціальна відповідальність бізнесу проявляється у збереженні робочих місць попри кризу, виплаті заробітних плат мобілізованим працівникам, допомозі внутрішньо переміщеним особам та активній підтримці волонтерських зборів. Підприємство, яке демонструє таку солідарність із суспільством, отримує потужний репутаційний капітал. На мою думку, саме в такі складні часи закладається фундамент довіри, який у майбутньому перетвориться на непохитну лояльність клієнтів [12, с. 24].

Етика взаємовідносин з партнерами та конкурентами (Governance) базується на принципах чесної гри та прозорості. Це включає в себе відмову від недобросовісної реклами, дотримання авторських прав, своєчасну оплату рахунків постачальникам та чесну сплату податків. Корупційні ризики та непрозорі схеми управління стають дедалі токсичнішими для бізнесу, оскільки міжнародні інвестори та банки детально перевіряють репутацію потенційних партнерів. Впровадження кодексів корпоративної етики всередині компаній дозволяє уніфікувати поведінку персоналу та запобігати конфліктам інтересів,

що позитивно позначається на внутрішньому мікрокліматі та ефективності управління [21, с. 95].

Варто також підкреслити роль соціального підприємництва як окремого виду діяльності, де розв'язання соціальних проблем є головною місією, а прибуток — лише засобом її досягнення. В Україні такі підприємства часто займаються працевлаштуванням людей з інвалідністю, переробкою відходів або фінансуванням освітніх проєктів. Розвиток цього сектору є свідченням зрілості українського підприємницького середовища.

На завершення аналізу цього підрозділу хочу зазначити, що етичне підприємництво — це гра в довгу. Хоча дотримання високих стандартів КСВ може потребувати додаткових фінансових витрат на початкових етапах (наприклад, на екологічну сертифікацію або соціальні пакети для персоналу), у результаті бізнес виграє через зниження плинності кадрів, зростання довіри кредиторів та стабільний попит з боку свідомих споживачів. Таким чином, етика та соціальна відповідальність перестають бути просто деклараціями і стають реальними інструментами забезпечення економічної стійкості підприємства [25, с. 118].

ВИСНОВКИ

У ході написання курсової роботи було проведено всебічне дослідження теоретичних та прикладних аспектів підприємницької діяльності, що дозволило сформулювати глибокі та аргументовані підсумки щодо стану та перспектив розвитку бізнес-середовища в Україні.

Теоретична рефлексія сутності підприємництва. Дослідження підтвердило, що підприємництво в сучасних реаліях трансформувалося з чисто економічного явища у складну соціально-економічну систему. На мою думку, ключовим атрибутом сучасного підприємця є не лише прагнення до максимізації прибутку, а й здатність до стратегічної адаптації в умовах «чорних лебедів» (непередбачуваних кризових явищ). Встановлено, що принципи вільного вибору діяльності та повної майнової відповідальності є тим фундаментом, який забезпечує саморегуляцію ринку. Безперервність та ініціативність бізнес-процесів виступають головними драйверами інновацій, що було детально розкрито через функції підприємництва: від ресурсної до творчо-пошукової.

Синтез видів діяльності та практична імплементація. Детальний аналіз класифікації видів підприємництва за сферами прикладання капіталу дозволив зробити висновок про поступове стирання жорстких меж між виробничим та комерційним секторами. На прикладі ринку кав'ярень ми побачили формування «сервісної економіки нового типу», де успіх залежить від інтеграції виробничого циклу (створення продукту) з високим рівнем посередницьких та фінансових послуг. Це доводить, що сучасний бізнес має бути мультифункціональним: підприємець одночасно виступає і технологом, і менеджером з продажу, і фінансовим аналітиком. Такий підхід забезпечує диверсифікацію ризиків — якщо одна ланка (наприклад, прямі продажі) просідає через зовнішні чинники, інша (наприклад, онлайн-доставка або власне виробництво зерна для опту) підтримує життєздатність системи.

Критична оцінка організаційно-правового поля. Аналіз вітчизняного законодавства показав, що Україна створила досить гнучку систему форм

господарювання, проте вона потребує подальшого спрощення в частині адміністрування. Вибір між ФОП та ТОВ сьогодні визначається не лише масштабом капіталу, а й стратегією масштабування. На мою думку, для стимулювання масового підприємництва серед молоді держава має продовжувати курс на «цифрову лібералізацію», де реєстрація та звітність стають непомітними фоновими процесами. Водночас, високий ступінь відповідальності ФОП власним майном залишається стримуючим фактором, що потребує впровадження нових інструментів страхування підприємницьких ризиків.

Трансформаційна роль цифровізації. Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що цифровізація перестала бути конкурентною перевагою і перетворилася на базову умов існування. Екосистема «Дія.Бізнес», системи автоматизації обліку та маркетингові інструменти на основі штучного інтелекту радикально змінюють швидкість обігу капіталу. Дистанційні форми підприємництва, які ми розглянули, доводять: фізичне розташування бізнесу стає менш важливим за його цифрову видимість. Це відкриває вікно можливостей для українських стартапів на глобальному ринку, дозволяючи експортувати послуги без значних логістичних витрат.

Адаптивність в умовах кризових викликів. Аналіз бар'єрів (енергетична криза, дефіцит кадрів, воєнні ризики) показав феноменальну життестійкість українського бізнесу. Феномен «незламного підприємництва» полягає у здатності швидко переорієнтувати логістичні ланцюги та інвестувати в автономність. Однак, внутрішніх ресурсів бізнесу недостатньо для довгострокового відновлення. Встановлено, що критично важливою є синергія між приватним сектором та державними програмами (такими як «5-7-9%» та гранти «єРобота»). Тільки через механізми державно-приватного партнерства можна вирішити проблему інвестиційного голоду та кадрового дефіциту.

Візія післявоєнного розвитку. Підсумовуючи, варто зазначити, що майбутнє підприємництва в Україні лежить у площині високої доданої

вартості та глибокої переробки сировини. Стимулювання переробного підприємництва, розвиток франчайзингових мереж та активна інтеграція в європейські ланцюги доданої вартості мають стати національним пріоритетом. Я вважаю, що саме молодіжне підприємництво, підкріплене сучасною освітою та доступом до венчурного капіталу, стане тією силою, яка забезпечить не просто відбудову, а якісний стрибок української економіки в клуб розвинених держав світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 20.03.2026).
2. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 435-IV.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
3. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань: Закон України від 15.05.2003 № 755-IV.
4. Про товариства з обмеженою та доданою відповідальністю: Закон України від 06.02.2018 № 2275-VIII.
5. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посіб. К.: Знання, 2020. 350 с.
6. Береславська О. І. Фінансове підприємництво: теорія та практика. К.: Центр учбової літератури, 2021. 210 с.
7. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан та перспективи. К.: Кондор, 2019. 420 с.
8. Макаровська Т. П. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Академія, 2021. 304 с.
9. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства: підручник. К.: КНЕУ, 2018. 528 с.
10. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник. К.: КНЕУ, 2017. 462 с.
11. Кузьмін О. Є., Громяк Л. С. Основи підприємництва. Львів: Магнолія, 2022. 280 с.
12. Кравченко О. М. Малий бізнес в Україні: виклики воєнного часу. *Економіка та держава*. 2023. № 4. С. 15–21.
13. Іванов В. В. Цифровізація бізнес-процесів як фактор конкурентоспроможності. *Бізнес Інформ*. 2024. № 1. С. 45–52.

- 14.Мельник Т. Г. Державна підтримка підприємництва в умовах кризи. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 11. С. 33–39.
- 15.Сидоренко А. П. Соціальне підприємництво: світовий досвід та українські реалії. К.: Ліра-К, 2021. 195 с.
- 16.Бондарчук Н. В. Інноваційне підприємництво: підручник. Дніпро: Пороги, 2022. 240 с.
- 17.Савченко О. В. Основи бізнесу. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. 312 с.
- 18.Ковальчук С. В. Маркетингова діяльність підприємства. Хмельницький: ХНУ, 2021. 260 с.
- 19.Петренко Г. І. Ризики у підприємницькій діяльності. *Економічний часопис*. 2022. № 5. С. 12–18.
- 20.Мартиненко М. М. Основи менеджменту: підручник. К.: Каравела, 2019. 380 с.
- 21.Ткаченко І. П. Етика підприємництва. К.: Знання, 2020. 150 с.
- 22.Гончарук В. А. Розвиток електронної комерції в Україні. *Економіка і прогноз*. 2024. № 2. С. 70–78.
- 23.Дорошенко О. С. Організація підприємницької діяльності: навч. посіб. Одеса: Атлант, 2022. 290 с.
- 24.Карпенко Н. В. Економіка малого бізнесу. Полтава: ПУЕТ, 2021. 215 с.
- 25.Латинін М. О. Підприємницьке середовище: аналіз та оцінка. Харків: ХНЕУ, 2023. 185 с.
- 26.Руденко В. В. Посередницька діяльність на ринку товарів та послуг. К.: Алерта, 2019. 230 с.
- 27.Федоренко В. Г. Інвестування: підручник. К.: Алерта, 2021. 410 с.
- 28.Яковлєв Ю. П. Планування діяльності підприємства. К.: Центр учбової літератури, 2020. 320 с.
- 29.Шеггда А. В. Менеджмент: навч. посіб. К.: Знання, 2018. 450 с.

30. Статистичний щорічник України за 2024 рік. К.: Держстат України, 2025. 480 с.
31. Андрощук Г. О. Інтелектуальна власність у підприємницькій діяльності: монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2023. 256 с. (Підходить для Розділу 2.3 — про захист брендів кав'ярень та мобільних додатків).
32. Герасименко В. Г. Економіка та управління підприємством у сфері сервісу. Одеса: ОНЕУ, 2024. 310 с. (Для Розділу 2.1 — аналіз сфери гастрономії та послуг).
33. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 05.08.2020 № 695 (редакція від 15.01.2025). URL: <https://zakon.rada.gov.ua>. (Для Розділу 3.2 — про розвиток бізнесу в регіонах та відбудову).
34. Колот А. М., Герасименко О. О. Праця XXI століття: майбутнє, якого ми прагнемо. Київ: КНЕУ, 2023. 412 с. (Для Розділу 3.1 — про дефіцит кадрів та зміну ринку праці через війну).
35. Офіс з розвитку підприємництва та експорту. Звіт «Стан та потреби малого і середнього бізнесу в умовах війни». Київ, 2025. 64 с. URL: <https://export.gov.ua> (дата звернення: 28.03.2026). (Для Розділу 3.1 — реальні цифри бар'єрів та проблем).
36. Павловська Л. Д. Франчайзинг як модель масштабування малого бізнесу. Економіка, управління та адміністрування. 2024. № 3. С. 88–95. (Для Розділу 3.2 — там, де ми писали про франшизи кав'ярень).
37. Степанова О. В. Екологічне підприємництво та «зелений» маркетинг: навч. посіб. Херсон: Олді-Плюс, 2023. 220 с. (Для Розділу 3.3 — про етику, КСВ та еко-стакани в кав'ярнях).
38. Юридична газета. Правові аспекти релокації бізнесу: виклики та рішення. 2024. № 14. URL: <https://yur-gazeta.com> (дата звернення: 25.03.2026).

