**Тема 2. Поняття про підприємницьку активність. Бізнес-ідея та напрями її реалізації**

1.Підприємництво як особливий вид діяльності.

2.Головні функції підприємницької діяльності.

3.Генерація бізнес-ідеї.

4.Бізнес-ідея та напрями її реалізації.

Стаття 42. Підприємництво як вид господарської діяльності 1. Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб’єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Сутність підприємництва повніше розкривається через його функції (роль у суспільстві) – творчу, ресурсну, організаційну, мотиваційну, соціальну:

- творча (інноваційна) функція полягає в тому, що підприємці реалізовують нові ідеї, упроваджують наукові розробки, пов’язані з господарським ризиком;

-ресурсна функція передбачає, що підприємці націлені найефективніше використовувати задіяні в бізнесі ресурси – матеріальні, трудові, фінансові, інтелектуальні, інформаційні тощо;

-організаційна функція полягає в організації виробництва та збуту товарів або послуг;

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

-соціальна функція передбачає вироблення товарів і послуг, необхідних суспільству;

-особистісна функція зводиться до самореалізації підприємця, отримання задоволення від своєї діяльності.

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

Виробниче підприємництво – це будь-яка матеріальна, інтелектуальна, творча діяльність, яка пов’язана з виробництвом продукції, наданням послуг, створенням певних духовних цінностей. Виробниче підприємництво належить до найбільш суспільно необхідних і водночас найскладніших видів бізнесу. Воно не приносить прибуток так швидко, як інші види бізнесу, його прибутковість зазвичай становить лише 10-12%. У зв’язку з цим воно не є аж надто привабливим для започаткування підприємницької діяльності. Пригадайте з уроків географії види виробничих підприємств та чинники їх розташування (вугільна шахта, гірничозбагачувальна фабрика, атомна електростанція, металургійний комбінат, цукровий завод тощо).

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

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

Успішні фірми, які відомі на ринку, із багаторічним досвідом часом мають такі ж самі проблеми із залученням коштів, як і нові фірми і підприємці. Часто говорять, що проблема не в тому, що бракує коштів для започаткування чи розширення бізнесу, - єдиним справді дефіцитним фактором є ідеї і люди, здатні втілити їх.

Розглянемо питання що таке бізнес-ідея та бізнес-план.

Бізнес-ідея — це концепція бізнесу, пов'язана з розумінням цінності, пропонованої споживачеві. Вона може бути як власною (новою, оригінальною, народженою вперше), так і запозиченою ззовні («вороже» поглинання через придбання компаній, створення спільних підприємств тощо.

Як правило, успішні бізнес-ідеї генерують або експерти в галузі бізнес-ідеї, або новачки, які прийшли з інших галузей і не обтяжені штампами й традиціями галузі бізнес-ідеї.

Для генерування бізнес-ідей може бути корисним проведення структурного аналізу наявних галузей, ринків, [бізнес-моделей](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D1%8C), [бізнес-процесів](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81). Як правило, пишуться [аналітичні записки](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0), проводяться [SWOT-аналіз](https://uk.wikipedia.org/wiki/SWOT-%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7), варіанти [PEST-аналізу](https://uk.wikipedia.org/wiki/PEST-%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7), [аналіз п'яти сил Портера](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7_%D0%BF%27%D1%8F%D1%82%D0%B8_%D1%81%D0%B8%D0%BB_%D0%9F%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0).

Часто використовується методика [мозкового штурму](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B7%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9_%D1%88%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BC).

Бізнес-план – це лотерейний квиток, шанс, який надає підприємцю перший і досить часто єдиний шанс створити імідж власної фірми за допомогою своєї бізнес-пропозиції (вдалої або не досить). Ця бізнес-пропозиція розрахована на працівників установи, яка є потенційним джерелом фінансування.

Вашим потенційним партнерам - фінансистам, банкірам подобається бути впевненими, що ваш новий продукт / послуга мають потенціал і їх можна буде продати.

Бізнес-план:

Ланка, що пов’язує організатора (організаторів) бізнесу із інвесторами. Якщо підприємець розраховує не тільки на власний капітал, йому необхідно довести, що вкладення саме у його справу є ефективним, надійним і реальним.

Має бути стислим, але розкривати сутність вашої бізнес-пропозиції. Для невеликих проектів (обсяги фінансування 80-100 тис. грн.) обсяг бізнес-плану обмежується 25-30 стор.

Має бути легким для сприйняття (не варто „захаращувати” бізнес-план незрозумілою, специфічною професійною термінології, яка стосується продукту / послуги, що пропонуюються), логічним, щоб у ньому можна було швидко знаходити необхідну інформацію.

Дозволить організатору (організаторам) бізнесу, їхнім співробітникам визначити перспективи їхнього бізнесу, оцінити існуючу економічну ситуацію, можливості, а також проаналізувати свої ідеї, перевірити їхню результативність.

Має забезпечити збереження конфіденційності інформації про фірму та її діяльність.

Головне пам’ятати, що бізнес-плани потрапляють до банку кожного тижня. Чотири з кожних п’яти будуть відкладені не більше як через 15 хв. після поверхневого перегляду. З тих, що лишились, знову 4 з 5 будуть читатись вже більш уважніше (1 год. і більше) і знову будуть відкладені у бік. І тільки бізнес-плани, які залишились із загальної кількості представлених, будуть підписані і стануть обговорюватись, і в результаті (у кращому випадку!!) 1 з підписаних бізнес-планів буде проінвестовано.