

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародного менеджменту

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Галузь знань

Спеціальність

Міжнародний бізнес

07 Управління та адміністрування

076 «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»

Форма навчання: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему «Сучасне бізнес-середовище США»

(назва теми)

здобувача: Антоненко Вікторії Олександрівни

(ПІБ, підпис)

Науковий керівник: к.е.н., доцент Бурмака М.О.

(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(підпис)

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації
здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: _____ к.е.н., доцент Бурмака М.О. _____

(підпис)

Київ 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародного менеджменту

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ**

**«Міжнародний бізнес»
07 Управління та адміністрування
076 «Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність»**

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

О.О. Євдоченко

(підпис) (ініціали, прізвище)

20__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

М.О. Бурмака

(підпис) (ініціали, прізвище)

20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Антоненко Вікторії Олександрівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

очної (денної) форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему «Сучасне бізнес-середовище США»

Тему затверджено наказом ректора Університету від "____" _____ 20__ р. № ____

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах:

План кваліфікаційної бакалаврської роботи	
Розділ 1	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В ЕКОНОМІЦІ
	(назва розділу)
Розділ 2	АНАЛІЗ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА США
	(назва розділу)
Розділ 3	НАПРЯМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА США
	(назва розділу)

Об'єкт дослідження:	Бізнес-середовище Сполучених Штатів Америки.
Предмет дослідження:	Перспективи виходу українських компаній на ринок США.
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	Дослідження сучасного стану бізнес-середовища Сполучених Штатів Америки, основних тенденцій та проблем його функціонування та розвитку і розробка на цій основі пропозицій щодо виходу українських компаній на ринок США.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	- Систематизувати теоритико-методичні положення та засади формування бізнес-середовища.
	- Дослідити зовнішні та внутрішні фактори бізнес-середовища.
У розділі 2	- Здійснити якісний аналіз сучаної структури бізнес-середовища США.
	- Дослідити інноваційну компоненту формування й розвитку бізнес-середовища США.
	- Дослідити бізнес-середовище США як фактор глобальної конкурентоспроможності американського бізнесу.
У розділі 3	- Обґрунтувати напрями та перспективи розвитку бізнес-середовища США.
	- Здійснити аналіз можливостей американського бізнесу в сучасних умовах.
	- Сформувати потенційні шляхи виходу українських компаній на ринок США.

**Завдання підготував
науковий керівник**

(підпис)

(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20__ р.

**Завдання одержав
здобувач**

(підпис)

(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20__ р.

Реферат

Кваліфікаційна магістерська робота містить 88 сторінок, 7 таблиць, 11 рисунків, список використаних джерел з 71 найменувань, 9 - додатки.

Назва кваліфікаційної бакалаврської роботи

Об'єктом дослідження є бізнес-середовище Сполучених Штатів Америки.

Предметом дослідження є перспективи виходу українських компаній на ринок США.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи – дослідження сучасного стану бізнес-середовища Сполучених Штатів Америки, основних тенденцій та проблем його функціонування та розвитку і розробка на цій основі пропозицій щодо виходу українських компаній на ринок США.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання:

- Систематизувати теоритико-методичні положення та засади формування бізнес-середовища.
- Дослідити зовнішні та внутрішні фактори бізнес-середовища.
- Здійснити якісний аналіз сучасної структури бізнес-середовища США.
- Дослідити інноваційну компоненту формування й розвитку бізнес-середовища США.
- Дослідити бізнес-середовище США як фактор глобальної конкурентоспроможності американського бізнесу.
- Обґрунтувати напрями та перспективи розвитку бізнес-середовища США.
- Здійснити аналіз можливостей американського бізнесу в сучасних умовах.
- Сформулювати потенційні шляхи виходу українських компаній на ринок США.

Практичне значення отриманих результатів. Результати викладені у даній кваліфікаційній роботі носять практичну цінність. Під час дослідження, було систематизовано теоритичні знання та трактування понять ділового або бізнес середовища, дослідження привабливості бізнес середовища США, аналізу конкурентоспроможності підприємств та оцінці значних викликів з якими стикається американський бізнес.

Практичні результати дослідження полягають у плані та рекомендаціях що до виходу українських компаній на ринок США.

Цим дослідженням були знайдені ключові переваги українських компаній, також були знайдені та підсвічені ряд проблем, та шляхи вирішення цих проблем.

Також були надані чіткі вказівки для успішного входження на американський ринок та подальшого успішного функціонування на цьому ринку з подальшими перспективами розвитку.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи - 2023

Рік захисту роботи – 2023

Ключові слова: бізнес-середовище, бізнес, фінансовий аналіз, міжнародна активність, структури, внутрішні фактори, зовнішні фактори.

В і д г у к
про кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес»
АНТОНЕНКО В.О.
на тему: «СУЧАСНЕ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ США»

1. Обґрунтування актуальності обраної теми, витриманість логічного ланцюга тема-об'єкт-предмет-мета-завдання-висновки, відповідність побудови роботи її назві, взаємозв'язок назв розділів та підрозділів (0-10 балів):

Актуальність обраної теми роботи є цілком обґрунтованою з огляду на важливість впливу бізнес-середовища на підприємницьку активність та необхідність його розвитку в сучасних конкурентних умовах, у яких США на сьогодні займають лідируючі позиції в світі. Тема роботи логічно обумовили об'єкт і предмет дослідження, визначили мету роботи і сформулювали завдання задля її досягнення, що дало змогу сформулювати об'єктивні висновки. Структура роботи відповідає назві і відображає логічний взаємозв'язок назв розділів і підрозділів.
(10 балів).

2. Рівень аналізу та повноти розгляду теоретичних концепцій, понятійного апарату досліджуваної предметної галузі; якість аналізу бібліографічних джерел; достатність глибини теоретичних досліджень за темою; цінність теоретичних висновків (0-10 балів):

Автором проаналізовано сучасний понятійний апарат бізнес-середовища, надано його характеристику та виокремлено особливості, систематизовано внутрішні і зовнішні фактори формування бізнес-середовища та його впливу на підприємницьку активність, зокрема в умовах економічної нестабільності, з достатньою проробкою використаних бібліографічних джерел. Теоретичні висновки полягають у тому, що аналіз та врахування факторів впливу бізнес-середовища на підприємницьку активність дозволяють компаніям краще адаптуватись до перманентних змін та оптимізувати свої бізнес-процеси.
(10 балів).

3. Якість та глибина проведених досліджень, застосування аналітичних розрахунків, якісного та кількісного аналізу, відповідність методів і засобів досліджень меті й завданням дослідження, коректність інтерпретації результатів дослідження (0-15 балів).

У роботі проведено якісний аналіз сучасної структури бізнес-середовища США з використанням достатньої кількості статистичних даних. Акцентовано увагу на інноваційний компоненті бізнес-середовища США, яка є пріоритетною в економічній політиці країни і формує її глобальну конкурентоспроможність. Застосовано методи REST- і SWOT-аналізу бізнес-середовища США, за результатами якого зроблено висновок про те, що воно достатньо сприятливе, комфортне і захищене з боку держави і формує важливі конкурентні переваги американських компаній в умовах глобальної невизначеності.
(15 балів).

4. Оцінка результатів досліджень; обґрунтування напрямів, наявність альтернативних підходів до вирішення досліджуваної проблеми, можливість впровадження результатів дослідження, рівень обґрунтування запропонованих рішень (0-15 балів):

У роботі виявлено сучасні тренди розвитку американського бізнесу і, як наслідок, запропоновані альтернативні можливості і обґрунтовано стратегії поведінки компаній на американському

ринку, до яких, зокрема, віднесені інновації і фінансова інфраструктура, міжнародна кооперація і глобальна експансія. Дослідження проведено на досить хорошому рівні, а його результати заслуговують на використання українськими компаніями при виході на американський ринок, а також у вигляді окремого кейсу у навчальному процесі.
(15 балів).

5. Чіткість, обґрунтованість, практичне значення, можливість реалізації висновків (0-10 бал.):

Робота є грамотною і чітко викладеною за змістом, висновки логічні і обґрунтовані, має практичне значення і можливість реалізації.
(10 балів).

1. Оформлення роботи та дотримання графіку виконання КБР (0-10 балів):

Робота добре оформлена з урахуванням встановлених вимог і виконана з дотриманням графіку виконання КБР.
(10 балів).

2. Позитивні сторони роботи:

Полягають у розробці кейсу обґрунтованих пропозицій щодо виходу українських компаній на американський ринок та використанні значного масиву актуальних статистичних даних у роботі.

3. Недоліки роботи:

Практично відсутні.

Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи (0-70 балів): 70 балів

Допущення КБР до захисту перед ЕК: Допущена.

Науковий керівник:

Завідувач кафедри міжнародного
менеджменту, к.е.н., доцент

Микола Бурмака Олексійович

“ ____ ” _____ 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В ЕКОНОМІЦІ	6
1.1 Поняття, сутність та класифікація бізнес-середовища в економіці.....	6
1.2 Зовнішні та внутрішні фактори формування бізнес-середовища	14
1.3 Вплив бізнес-середовища на підприємницьку активність в умовах економічної нестабільності	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА США.....	31
2.1 Аналіз сучасної структури бізнес середовища США.....	31
2.2 Інноваційна компонента формування і розвитку бізнес-середовища США	40
2.3 Бізнес-середовище США як фактор глобальної конкурентоспроможності американського бізнесу	49
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА США	56
3.1 Можливості та виклики американського бізнесу в сучасних умовах	56
3.2 Перспективи виходу українських компаній на ринок США	66
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81

ВСТУП

Актуальність теми. Щоб успішно займатися бізнесом, власники та менеджери підприємств повинні мати чітке уявлення щодо структури свого внутрішнього та зовнішнього середовища. Неповне розуміння складу, параметрів та особливостей функціонування бізнес-середовища може призвести до зниження ефективності, обмеження реалізації потенціалу та навіть закриття підприємств. Ця проблематика особливо актуальна для нових підприємств, що створюються у високотехнологічних галузях в країнах з розвинутою ринковою економікою. Щоб уникнути таких наслідків, власники та менеджери повинні бути добре ознайомлені зі своїм бізнес-середовищем, аналізувати його різні аспекти та враховувати їх у своїх стратегічних рішеннях.

Актуальність дослідження теми сучасного бізнес-середовища США полягає в тому, що Сполучені Штати Америки займають лідируючу позицію у світі з точки зору економіки та бізнесу. Значна частина світових технологій та новацій приходять саме з США, що робить цю країну важливим гравцем у глобальному економічному просторі. Також важливим є той факт, що в світі відбуваються стрімкі зміни, пов'язані з безперервним розвитком технологій та їх впливом на бізнес-середовище. У США, як країні, яка стоїть на передовому рубежі цих змін, дослідження теми сучасного бізнес-середовища може допомогти розібратися у нових викликах та можливостях, що виникають у зв'язку з цим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми бізнес-середовища розглядаються в науковій літературі в різних аспектах: з позицій сутності та змісту даної категорії, з точки зору її зв'язку з суміжними та подібними за змістом категоріями («діловий клімат», «умови розвитку підприємницької діяльності», «чинники розвитку» тощо). Вивченням цих та інших питань присвячені дослідження таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як О. Дашкевич, Л. О. Добрик, С. Е. Сардак, Л. М. Мартинов, М. Портер, Дж. Брайант, М. Томпсон, М. Стінчкомб, М. Кассіді, П. Коллінз, Ш. Маккей та інші.

Проблеми дослідження бізнес-середовища пов'язані з недостатньою розробкою категоріального апарату, що знижує можливості поширення результатів досліджень, одержаних в окремих сегментах економіки, на інші соціально-економічні системи.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження сучасного стану бізнес-середовища Сполучених Штатів Америки, основних тенденцій та проблем його функціонування та розвитку і розробка на цій основі пропозицій щодо виходу українських компаній на ринок США.

Відповідно до мети визначено наступні **завдання** дослідження:

- Визначити поняття, сутність та підходи до класифікації бізнес-середовища в економіці;
- Дослідити зовнішні та внутрішні фактори формування бізнес-середовища;
- Описати вплив бізнес-середовища на підприємницьку активність в умовах економічної нестабільності;
- Здійснити аналіз сучасної структури бізнес середовища США;
- Описати інноваційну компоненту формування і розвитку бізнес-середовища США;
- Дослідити бізнес-середовище США як фактор глобальної конкурентоспроможності американського бізнесу;
- Визначити можливості та виклики американського бізнесу в сучасних умовах;
- Виявити перспективи виходу українських компаній на ринок США.

Об'єктом дослідження є бізнес-середовище Сполучених Штатів Америки.

Предметом дослідження є перспективи виходу українських компаній на ринок США.

Методологічною базою роботи стали загальнонаукові та спеціальні методи досліджень. З-поміж загальнонаукових – використано аналіз, синтез, узагальнення, теоретико-прогностичний, аналізу джерел. Спеціальний метод, вибір якого

зумовлений особливістю предмета дослідження, включає метод багатофакторного аналізу.

Інформаційна база дослідження включає наукові роботи вітчизняних та закордонних авторів – монографії, наукові статті, дисертації, матеріали доповідей тощо. Важливою складовою роботи є аналіз нормативно-правових актів Сполучених Штатів Америки.

Структура роботи. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків до розділів та загального висновку, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 87 сторінок. Список літератури містить 71 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В ЕКОНОМІЦІ

1.1 Поняття, сутність та класифікація бізнес-середовища в економіці

З позиції вчених, які займаються природничими науками, навколишнє середовище являє собою набір характеристик природи, який визначає умови існування організмів, що живуть у ній. Бізнес-середовище, подібно до навколишнього, впливає на функціонуючі в ньому суб'єкти, насамперед, звичайно, бізнес. Розвиток підприємництва країни чи регіону залежить від безлічі чинників, серед них сприятлива кон'юнктура ринку, зростання капіталу, ефективне використання внутрішніх та зовнішніх можливостей для зростання. У таких умовах значну роль грає зовнішнє середовище, вплив якого по-різному може позначитися на діяльності суб'єктів господарювання.

Здійснене дослідження наукової літератури дозволяє стверджувати відсутність в наукових колах єдності з приводу визначення поняття «бізнес-середовище». В таблиці 1.1 наведені найбільш вживані та цитовані дефініції бізнес-середовища.

Таблиця 1.1 – Визначення поняття «бізнес-середовище» українськими та зарубіжними дослідниками

Науковець	Визначення
М. Портер [1, с. 49]	Бізнес-середовище - це сукупність зовнішніх факторів, які впливають на функціонування організації і з якими вона взаємодіє. Науковець розглядає бізнес-середовище як систему конкурентних сил, які впливають на успішність організації.
Дж. Стоунхаус [2]	Бізнес-середовище – це умови, в яких працює організація, які включають політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори.

Продовження таблиці 1.1

	Науковець зазначає, що ці умови змінюються з часом та можуть бути як позитивними, так і негативними для бізнесу.
Д. Куртц [3, с. 136]	Бізнес-середовище – це сукупність суспільних, економічних та політичних умов, які створюють обставини для ведення бізнесу та впливають на стратегічне планування та процес функціонування організації.
К. Фергюсон та інші [4]	Бізнес-середовище – це комплексний набір зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на діяльність підприємства і можуть створювати ризики або можливості для успіху. Бізнес-середовище включає економічні, соціальні, політичні, технологічні та юридичні фактори, які можуть впливати на функціонування бізнесу.
К. Дейвіс та Дж. Магвайр [5, с. 504]	Бізнес-середовище як сукупність взаємодіючих компонентів, включаючи людей, фізичні ресурси та системи, які впливають на здійснення бізнес-операцій.
К. Бріттон та Й. Вортінгтон [6, с. 14]	Бізнес-середовище – це сукупність зовнішніх та внутрішніх факторів, які впливають на поведінку підприємства і визначають його успішність.
В. Халлеман [7, с. 12]	Бізнес-середовище – це широке поле діяльності, яке включає місце, де знаходиться організація, і умови, в яких вона функціонує.
М. І. Мельник [8, с. 253]	Бізнес-середовище – це складна, багатомірна поліфункціональна система, частина суспільного середовища, сукупність окремих суб'єктів економіки (з їх взаємозв'язками та взаємовідносинами) і факторів оточуючого середовища, які впливають на них.
С. Е. Сардак [9, с. 155]	Бізнес-середовище – це сукупність ресурсів та процесів, що визначають умови діяльності організацій.
А. Ф. Острякова [10, с. 12]	Бізнес-середовище – це визначення меж та характеру сфер взаємодії; набір політичних, економічних, технологічних і соціальних сил; все, що так чи інакше впливає на процес розвитку бізнесу; впорядкованість певних факторів.
Д. В. Нікітенко [11, с. 115]	Бізнес-середовище – це складна, багатомірна поліфункціональна система, яка як залежить від багатьох чинників, так і є чинником впливу на базові та допоміжні сфери функціонування національної економіки.

Джерело: складено автором

Усі вищезгадані визначення бізнес-середовища вказують на те, що це складна система зовнішніх та внутрішніх факторів, яка впливає на діяльність підприємства та визначає його успішність. Визначення наголошують на різних аспектах бізнес-середовища, таких як економічні, соціальні, політичні, технологічні та юридичні фактори, а також на важливості розуміння цих факторів для успішної стратегії організацій. Відповідно, бізнес-середовище є важливим аспектом успішної діяльності будь-якої компанії, оскільки від нього залежить її здатність пристосовуватися до змін та конкурентоспроможність. Розуміння бізнес-середовища та його факторів дозволяє підприємствам прогнозувати та управляти ризиками, а також виявляти нові можливості для зростання та розвитку.

Виходячи з розглянутих визначень, ми можемо виділити дві основні характеристики поняття, що розглядається:

- бізнес-середовище має прямий зв'язок з факторами зовнішнього середовища, які на пряму впливають на організацію;
- бізнес-середовище має ключовий вплив на можливість здійснення підприємницької діяльності.

Отже, на нашу думку, бізнес-середовище можна визначити як сукупність факторів, які впливають на здійснення підприємницької діяльності в місті, регіоні чи країні. Відповідно, якщо розглядати бізнес-середовище з позиції окремо взятого підприємства, бізнес-середовище є системою зовнішніх, невідконтрольних впливу підприємства факторів, ресурсів, суб'єктів, а також внутрішніх, відконтрольних власникам та керівництву організації ресурсів, процесів та структуроутворюючих норм.

Досліджуючи бізнес-середовище абстраговано, наприклад, бізнес-середовище локальної території, бізнес-середовище регіону, бізнес-середовище ринку, бізнес-середовище галузі, бізнес-середовище країни або бізнес-середовище на рівні світової економіки, виявляється доцільним ідентифікувати його структуру за чотирма елементами (фактори зв'язку, ресурси, процеси, суб'єкти), визначаючи їх склад та характеристику.

Якщо розглядати бізнес-середовище в глобальних масштабах, то його слід розуміти як взаємодію різних суб'єктів, що здійснюють підприємницьку діяльність в одному ринковому просторі. Серед цих суб'єктів можуть бути як компанії різних розмірів і форм власності, так і державні та громадські організації, споживачі та постачальники, фінансові інститути та інші учасники ринку.

За визначенням Світового банку, бізнес-середовище складається з набору інституціональних, нормативно-правових та регуляторних умов, за яких працює бізнес [12]. Інституціональні умови формуються під впливом розгалуженої системи регулювання і підтримки бізнесу, нормативно-правові створюються законодавчою базою як полем взаємодії суб'єктів бізнесової діяльності, тоді як регуляторні умови характеризують прозорість та послідовність державної політики у сфері регулювання бізнесу та пов'язані із процесами ліцензування, реєстрації, сертифікації підприємницької діяльності.

Як бачимо, бізнес-середовище насамперед пов'язано зі здійсненням певними суб'єктами підприємницької діяльності, що зумовлює необхідність дати визначення цього явища.

Відповідно до сучасної української правової бази підприємницька діяльність (або підприємництво) — це самостійна діяльність, що здійснюється на свій ризик, спрямована на систематичне отримання прибутку від використання майна — продажу товарів, виконання робіт або надання послуг, особами, зареєстрованими в цій якості у встановленому законом порядку. Отже, підприємництво можна визначати з позиції цільових установок бізнесу, як яких виступають:

- Діяльність, спрямована на максимізацію прибутку;
- Ініціативна діяльність громадян, що полягає у виробництві товарів та послуг та спрямована на отримання прибутку;
- Пряма форма реалізації функцій власності;
- Процес організаційної новації з метою отримання прибутку;
- Дії, створені задля зростання капіталу, розвитку виробництва та отримання прибутку;

- Специфічний вид діяльності, спрямований на невинний пошук змін у існуючих формах життя підприємств та суспільства, постійна реалізація цих змін [13].

Більшість практиків та теоретиків роблять акцент саме на отриманні прибутку, розглядаючи його як кінцеву мету підприємництва. Однак ця діяльність має своєю кінцевою метою не стільки власне прибуток, скільки саму безперервність відтворювального процесу, пов'язаного з задоволенням попиту і постійно мінливих, постійно зростаючих потреб індивіда або соціальної групи, чи навіть суспільства в цілому.

У зв'язку з цим підприємництво більш правильно визначати саме як процес безперервного пошуку змін у потребах та у попиті кінцевого споживача на продукцію та послуги, задоволення цих потреб шляхом організації виробництва, збуту, маркетингу, логістики, менеджменту, орієнтованих на прогресивні новації, що приносять максимум продуктивності у кожній із стадій процесу відтворення.

Здійснення підприємницької діяльності на ефективному рівні можливе лише за наявності певної суспільної ситуації – підприємницького середовища, під яким розуміється насамперед ринок, ринкова система відносин, а також особиста свобода підприємця, тобто його особиста незалежність, що дозволяє прийняти таке підприємницьке рішення, яке, з його точки зору, буде найбільш ефективним, дієвим та максимально прибутковим [14, с. 62-63].

Сутність бізнес-середовища полягає в тому, що воно є динамічним і постійно змінюється. Бізнес-середовище може бути описано як дуже конкурентне, інноваційне та змінюване. У цьому середовищі компанії повинні бути готові до змін та вміти адаптуватись до нових умов.

Як і стосовно самого поняття бізнес-середовища, до його класифікації в наукових колах прийнято ставитись по-різному. В проаналізованих наукових публікаціях вчені структурують його за різними принципами та характеристиками, тому складно виділити якийсь один, найбільш універсальний спосіб його класифікації.

Найчастіше в навчальних посібниках використовують наступну класифікацію:

- За ступенем конкуренції. Цей підхід базується на кількості конкурентів у даній галузі. Існує три типи бізнес-середовищ в залежності від ступеня конкуренції: монополія, олігополія та конкуренція.
- За ступенем регулювання. Цей підхід описує рівень державного регулювання бізнес-середовища. В залежності від ступеня регулювання, бізнес-середовище може бути вільним (наприклад, в США), помірно регульованим (наприклад, в Україні) або дуже регульованим (наприклад, в Китаї).
- За ступенем стабільності. Цей підхід описує рівень нестабільності в бізнес-середовищі, що може включати фактори, такі як економічна нестабільність, політична нестабільність та невизначеність правових норм. Бізнес-середовище може бути стабільним або нестабільним.
- За рівнем технологічного розвитку. Цей підхід описує рівень розвитку технологій в даній галузі. Бізнес-середовище може бути високотехнологічним, середньотехнологічним або низькотехнологічним.
- За ступенем глобалізації. Цей підхід описує рівень глобалізації в бізнес-середовищі. В залежності від ступеня глобалізації, аналізоване бізнес-середовище може бути локальним, регіональним або глобальним [15, с. 21-30].

Однак, на нашу думку, така класифікація є дуже спрощеною і недостатньо розкриває особливості досліджуваного явища. В якості альтернативи можна запропонувати класифікацію, розроблену Мар'яною Мельник, в якій розподіл відбувається за ознаками взаємодії середовища з його суб'єктами та основними його характеристиками (рис. 1.1).

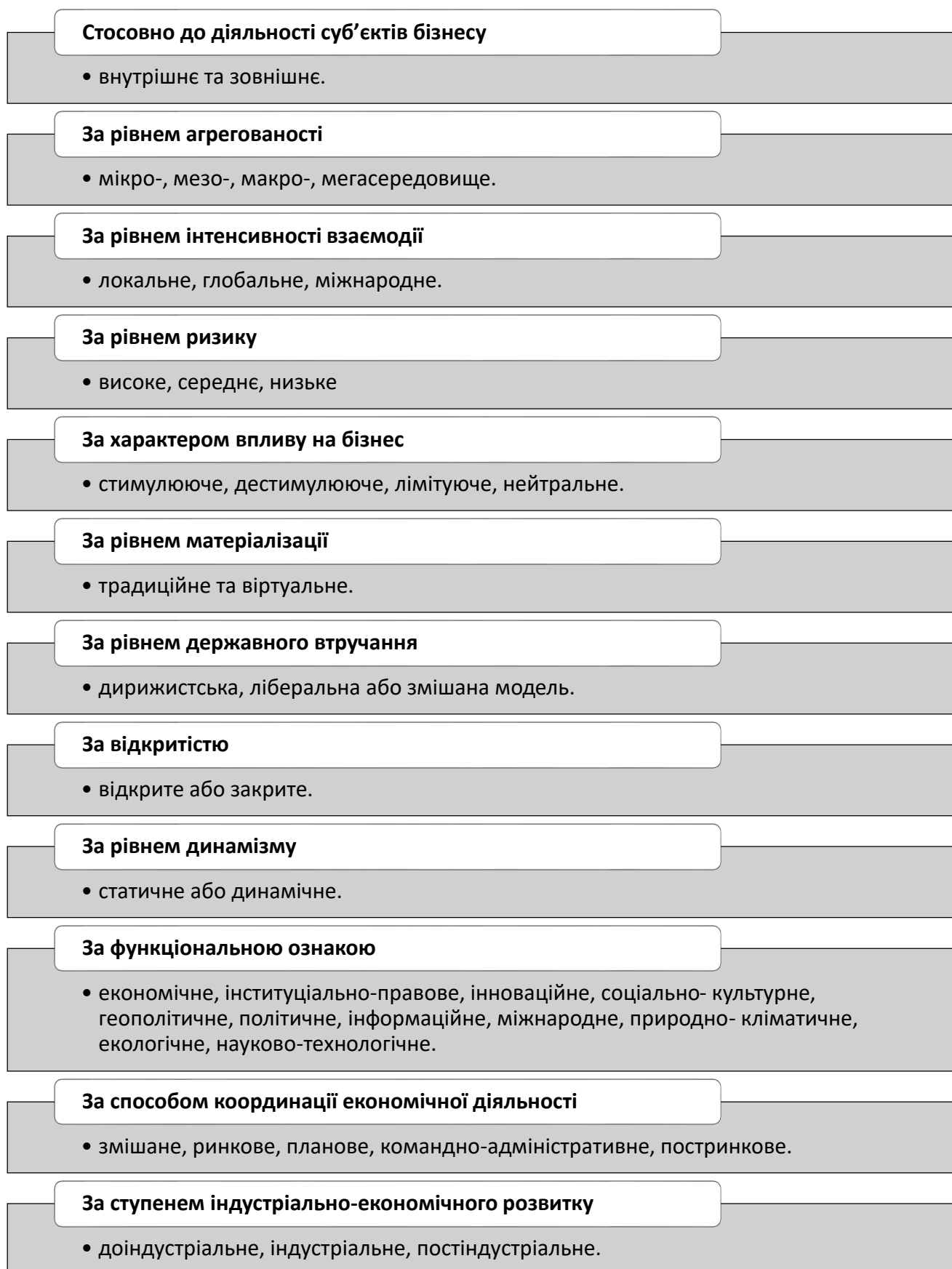


Рисунок 1.1 – Класифікація бізнес-середовища

Джерело: складено автором на основі [8]

Також бізнес-середовище можна охарактеризувати за наступними ознаками (рис. 1.2).

Визначеність	• визначене (формалізоване); • турбулентне; • невизначене (неформалізоване).
Прийнятність	• неприйнятне, • допустиме (мінімально прийнятне, оптимальне, дуже сприятливе).
Вільність	• вільне (ринкове); • трансформаційне; • жорстко регульоване (адміністративно-командне);.
Спрямованість	• творення; • розкрадання; • знищення.
Однорідність	• однорідне; • неоднорідне (дискретне).
Змінність	• постійне (консервативне); • помірне (адаптаційне); • змінне (інноваційне).
Легальність	• законне; • комбіноване; • тіньове.

Рисунок 1.2 – Ознаки бізнес-середовища

Джерело: складено автором на основі [16, с. 198]

Таким чином, бізнес-середовище є активно досліджуваною проблемою в науковому просторі, що і зумовлює велику кількість підходів до його визначення. Найчастіше під ним розуміють певну сукупність факторів, що впливають на організації.

Таким чином, нами було розглянуто ключові підходи до визначення поняття «бізнес-середовище», що існують у вітчизняній та зарубіжній літературі. Крім цього, було досліджено ряд підходів до його тлумачення, серед них широкий та вузький підходи, а також підхід підприємницьких екосистем. В рамках широкого підходу ділове середовище визначається як сукупність факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на підприємницьку діяльність. У межах вузького підходу ділове середовище ототожнюється лише із зовнішніми чинниками. Екосистемний підхід (підхід підприємницьких екосистем) розглядає ділове середовище не лише як сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, а й враховує характер їхньої взаємодії та змін.

У цілому нині під діловим, або бізнес-середовищем слід розуміти сукупність зовнішніх чинників, які впливають діяльність функціонуючих суб'єктів підприємництва. Також можна виділити дві основні характеристики ділового середовища: по-перше, ділове середовище пов'язане з факторами зовнішнього середовища, що впливають на організацію, по-друге, має ключовий вплив на здатність підприємців вести свою діяльність. При цьому інвестиційна привабливість, ефективність взаємодії бізнесу та влади, а також конкурентність середовища є визначальними факторами розвитку ділового середовища.

1.2 Зовнішні та внутрішні фактори формування бізнес-середовища

Як було визначено в попередньому підрозділі кваліфікаційної роботи, бізнес-середовище можна розуміти як сукупність всіх факторів, які впливають на функціонування бізнесу.

Відповідно, фактори, що впливають на бізнес-середовище, можуть бути зовнішніми або внутрішніми, і вони можуть бути контрольованими або неконтрольованими.

До зовнішніх факторів, що впливають на бізнес-середовище, належать економічні, політичні, соціальні, технологічні та природні фактори. Наприклад, економічні фактори включають ринкові умови, такі як попит та пропозиція, конкуренція, інфляція, ставки податків та процентні ставки. Політичні фактори охоплюють законодавство, правила і регуляторні акти, що стосуються бізнесу. Соціальні фактори включають національні та міжнародні тенденції в споживанні, попит на товари та послуги та демографічні зміни. Технологічні фактори включають розвиток нових технологій, які змінюють спосіб виробництва і взаємодії між компаніями та споживачами. Природні фактори включають зміни клімату, надзвичайні ситуації та катастрофічні події, які можуть вплинути на бізнес-середовище. Внутрішні фактори, що впливають на бізнес-середовище, включають ресурси, які доступні компанії, її кадрову політику, фінансові можливості та стратегію компанії [17].

Внутрішнє бізнес-середовище описує фактори, які прямо впливають на функціонування бізнесу всередині самої компанії. Ці фактори можуть бути різними, включаючи:

1. Керівництво: Рішення, які приймають керівники компанії, можуть мати значний вплив на успіх бізнесу.
2. Людські ресурси: Якість працівників, їхні навички та мотивація впливають на ефективність бізнесу.
3. Операційний процес: Процес виробництва та постачання продукції або послуг повинен бути ефективним та ефективним.
4. Фінансові ресурси: Фінансові ресурси компанії, її бюджет та фінансова стійкість, впливають на її здатність до розвитку та збільшення прибутку.
5. Технології: Використання сучасних технологій може допомогти підвищити продуктивність та ефективність бізнесу.
6. Маркетинг: Правильна маркетингова стратегія може допомогти залучити нових клієнтів та збільшити продажі.

7. Культура компанії: це цінності, які компанія втілює в життя, стиль управління та ставлення до працівників. Культура компанії може впливати на мотивацію та ефективність працівників, їхню лояльність до компанії та загальний успіх бізнесу.
8. Система управління: це система процесів та процедур, які використовуються для керування діяльністю компанії. Ефективна система управління може допомогти компанії знизити витрати та покращити якість продукту або послуги.
9. Інфраструктура: це фізичні ресурси, такі як приміщення, обладнання та інші засоби виробництва, які використовуються компанією для виробництва продукту або послуги. Ефективне використання інфраструктури може допомогти компанії збільшити її продуктивність та покращити якість продукту або послуги [6, с. 120-126].

Розглянемо ключові з даних факторів більш детально.

Керівництво – це, передусім, місія компанії, тобто опис її цілей та цінностей, які вона переслідує. Місія визначає загальну стратегію компанії та надає їй цільовий напрямок. Компанія повинна розуміти свою місію та працювати відповідно до неї, щоб досягти успіху. Якщо місія не визначена чітко, або не просувається на практиці, компанія може стати невпевненою у своїх діях та втратити конкурентну перевагу. Керівництво, засновуючись на місії та цілях, визначають цільові показники, які використовуються для вимірювання продуктивності та успішності її діяльності. Цільові показники можуть включати фінансові показники, такі як прибуток та витрати, або нефінансові показники, такі як клієнтське задоволення та якість продукту. Важливо, щоб цільові показники були конкретними та вимірюваними, а також щоб вони були спрямовані на досягнення місії компанії.

Людські ресурси, тобто працівники компанії – це один з ключових внутрішніх факторів бізнес-середовища. Якість та кількість кадрів можуть впливати на успішність компанії. Якщо підприємство має висококваліфікованих та

мотивованих працівників, це може призвести до підвищення продуктивності та якості продукту або послуги, що збільшить конкурентоспроможність компанії та прибуток. З іншого боку, погане управління людськими ресурсами може призвести до відставання від конкурентів, низької продуктивності, невдоволеності та відхилень у роботі працівників, які можуть вплинути на якість продукту та задоволення клієнтів. Тому важливо, щоб компанія залучала та зберігала талановитих та досвідчених працівників, надавала їм можливості для професійного та особистісного розвитку та забезпечувала здорову робочу атмосферу [18].

Фінансові ресурси здійснюють ключовий вплив на діяльність підприємства. Ці ресурси включають грошові кошти, кредити, акції, облігації та інші інвестиційні інструменти, які можуть бути використані для фінансування діяльності підприємства. Наявність достатніх фінансових ресурсів може забезпечити підприємству можливість здійснювати різноманітні інвестиції та розвивати свою діяльність. Недостатня кількість фінансових ресурсів може стати причиною обмеження в діяльності та затримки у виконанні планів і стратегій підприємства. При цьому доступність фінансових ресурсів також може залежати від зовнішніх факторів, таких як економічна ситуація в країні, політичні ризики, стан ринку капіталу та інші фактори. Наприклад, у період економічної нестабільності банки можуть зменшити кредитні лінії для підприємств, що може призвести до затримки в платежах та обмеження в можливості здійснювати інвестиції.

Інфраструктура підприємства, що включає в себе фізичні структури, які використовуються підприємством, а також технічні та інформаційні системи, які забезпечують ефективну роботу, також може бути важливим фактором бізнес-середовища, яке впливає на його успіх. Наявність достатньої кількості промислових будівель та відповідної матеріальної бази, технічні системи - мережеву інфраструктуру, сервери, комп'ютери та інші пристрої, які допомагають забезпечити ефективну обробку даних та інформації, інформаційні системи, такі як системи управління виробництвом та складами, системи управління замовленнями та продажами, системи управління взаємодією з клієнтами тощо – все це є неодмінною умовою успішної діяльності підприємства [18].

Технології є важливим фактором бізнес-середовища підприємства, оскільки вони можуть впливати на різні аспекти діяльності підприємства, такі як продуктивність, якість продукту, конкурентоспроможність, ефективність операцій та ін. В останні десятиліття технологічний прогрес значно пришвидшився, тому інтернет, мобільні технології, автоматизація процесів, аналітика даних тощо можуть допомогти підприємству відкривати нові канали збуту, залучати більше клієнтів, полегшувати комунікацію з клієнтами та співробітниками, забезпечувати доступ до даних та інформації, що полегшує прийняття рішень, тощо.

Не менш важливим фактором є маркетинг, який впливає на різні аспекти діяльності компанії, такі як продажі, прибуток, репутація, стосунки з клієнтами та іншими зацікавленими сторонами. Маркетингові дослідження допомагають компанії визначити потреби та бажання своїх клієнтів, а також оцінити конкуренцію на ринку. Це дозволяє підприємству створювати більш ефективні маркетингові стратегії, які забезпечують більшу віддачу від рекламних витрат і збільшують продажі. Крім того, маркетингова комунікація із клієнтами та іншими зацікавленими сторонами, такими як постачальники та дистриб'ютори може впливати на репутацію компанії. Якщо компанія має успішну маркетингову стратегію, то це може забезпечити більше співпраці та допомогти встановити стабільні та взаємовигідні відносини з усіма стейкхолдерами.

Зовнішнє бізнес-середовище описує фактори, які не залежать від самої компанії, але можуть впливати на її успіх – економічні, політичні, соціальні, технологічні, правові та екологічні фактори. Ці фактори мають різний ступінь впливу на кожну окрему організацію, однак їх всіх об'єднує неконтрольованість з її боку. Ці фактори можна умовно розділити на дві категорії: макросередовище та мікросередовище. Макросередовище об'єднує ті фактори, стосовно яких організація взагалі не має жодного впливу. До таких факторів можна віднести:

1. Політичні чинники;
2. Економічні фактори;
3. Соціальні чинники;
4. Технологічні фактори [19, с. 192].

Також до них можна віднести й інші фактори, наприклад, екологічні фактори, адже вимоги до екологічної безпеки та екологічної відповідальності можуть впливати на діяльність компанії.

Детально розглянемо кожен з даних факторів. Політичні фактори є одними з основних факторів впливу на підприємницьку діяльність, адже діяльність держави визначає діяльність кожної з організацій країни. Політичні фактори має великий вплив на підприємництво (рис. 1.3).

Регулювання та законодавство

- Політичні рішення можуть мати значний вплив на регулювання та законодавство, яке стосується підприємництва. Це може змінювати правила гри для підприємців, включаючи зміни в оподаткуванні, реєстрації бізнесу, охороні здоров'я та безпеці праці.

Доступ до ресурсів

- Політичні рішення можуть вплинути на доступ до ресурсів, таких як гроші, робоча сила, технології та сировина. Наприклад, правила міграції можуть вплинути на можливість привернення талановитих працівників, а регулювання інвестицій можуть вплинути на доступ до капіталу.

Стабільність та прогнозованість

- Політичне середовище може вплинути на стабільність та прогнозованість бізнесу. Нестабільність, така як політичні конфлікти або невизначеність урядових рішень, можуть знизити довіру до бізнесу та стимулювати інвесторів зменшувати свою діяльність.

Підтримка підприємництва

- Політичні лідери можуть підтримувати підприємництво через створення різних програм та підтримки фінансування. Наприклад, програми навчання та розвитку можуть допомогти підприємцям отримати необхідні знання та навички для запуску та розвитку бізнесу.

Геополітика

- Геополітичні фактори, такі як торгові санкції або війни, можуть мати негативний вплив на підприємництво. Наприклад, введення торгових обмежень може зменшити доступність ринків для експорту товарів, а воєнні конфлікти можуть знизити попит на товари та послуги.

Інновації

- Політичні рішення можуть також впливати на інновації та технологічний розвиток. Уряд може змінювати інвестиційну політику, що може позитивно або негативно вплинути на підприємництво, залежно від того, на який сектор він спрямований.

Суспільна відповідальність

- Законодавство та політичні рішення можуть також вплинути на суспільну відповідальність підприємств. Наприклад, встановлення стандартів щодо екологічної безпеки може сприяти більш відповідальному поводженню з природними ресурсами та зменшенню негативного впливу на довкілля.

Рисунок 1.3 – Вплив політичних факторів зовнішнього середовища

Джерело: складено автором на основі [19; 20, с. 34-37; 21, с. 168]

Отже, політичне середовище може впливати на підприємництво на різних рівнях, від законодавства та регулювання до доступу до ресурсів та стимулювання інновацій. При цьому вплив цих факторів може бути як позитивним, так і негативним для бізнесу.

Не менш, а можливо, і більш важливими є економічні фактори, які визначають умови, в яких підприємство може діяти, а також впливають на рівень попиту на продукцію та послуги компанії:

1. Інфляція та валютні коливання.
2. Податки та регулювання.
3. Рівень економічного зростання.
4. Конкуренція на ринку.
5. Попит на продукцію та послуги.
6. Технологічні інновації [22, с. 56-59].

Отже, бізнес повинен уважно вивчати економічне середовище, аналізувати його вплив на свою діяльність та відповідно адаптуватися до змін. Це допоможе зберегти конкурентну перевагу та забезпечити стійкий розвиток підприємства в умовах нестабільності економіки.

Соціальні фактори бізнес-середовища описують вплив соціальних тенденцій, стереотипів та настанов людей на функціонування бізнесу. Основні соціальні фактори бізнес-середовища включають:

- Культурні відмінності, які впливають на сприйняття продукту, його маркетингову стратегію та брендинг. Культурні відмінності також впливають на соціальні норми та підходи до побудови бізнес-моделей організаціями [23, с. 485].
- Демографічні зміни можуть вплинути на ринок товарів та послуг. Зміна розміру населення, складу населення та вікових груп може мати значний вплив на споживчі поведінки та вимоги.
- Етика та соціальна відповідальність стають все більш важливими аспектами управління бізнесом. Бізнес повинен дбати про своїх співробітників, клієнтів та загальну громадську думку, розвивати свої публічні комунікації.

Як бачимо, соціальні фактори мають суттєвий вплив на діяльність підприємств. Соціальні зміни, які відбуваються в суспільстві, можуть змінити

вимоги споживачів до продуктів та послуг, що вимагає від підприємств адаптації до змін.

Останньою групою факторів є технологічні. Технологічне середовище має значний вплив на бізнес в сучасному світі. Швидкий розвиток технологій, зміни у поведінці споживачів та інші фактори впливають на підприємства у всіх галузях. Один з основних впливів технологій на бізнес - це зміна способів взаємодії з клієнтами. Зараз більшість людей користуються Інтернетом для знаходження необхідної інформації та покупок. Це означає, що бізнес-процеси повинні бути адаптовані до онлайн-реалій. Підприємства повинні мати свої веб-сайти, соціальні мережі, мобільні додатки та інші інструменти, щоб забезпечити максимально зручний та швидкий доступ до продукту або послуги.

Технології також можуть допомогти підприємствам знизити витрати та підвищити ефективність роботи. Наприклад, впровадження автоматизованих систем управління, виробництва та логістики може допомогти знизити час та витрати на виробництво та постачання продукту або послуги. Бізнес також може використовувати аналітику та інші інструменти для збору та аналізу даних, щоб зрозуміти потреби та поведінку своїх клієнтів та покращити якість своїх продуктів та послуг [24]. Водночас технології також можуть створювати і певні виклики для бізнесу, такі як швидка втрата актуальності продукту або послуги, конкуренція з боку нових технологічних підприємств та зміна вимог споживачів до продукту або послуги.

Як бачимо, в більшості груп факторів спостерігається взаємний вплив один на одного. Так, розвиток технологій є причиною економічного зростання, а глобалізація та демографічні зміни рухають вперед технологічний прогрес.

Як було зазначено вище, в структурі макросередовища виокремлюють й інші групи факторів, зокрема, екологічні, культурно-демографічні, міжнародні, структурні тощо. Водночас, описані нами 4 групи формують основний вплив на діяльність будь-якого бізнесу та є ключовими з точки зору аналізу зовнішнього середовища. Саме ці групи факторів покладено в основу базової методики аналізу

макросередовища, яка отримала назву PEST-аналізу (акронім від назв груп факторів, що розглядаються - policy, economy, society, technology).

PEST-аналіз передбачає ідентифікацію рушійних сил макросередовища, поділ їх за визначеними групами та оцінювання характеру впливу. Результати аналізу відображаються у вигляді таблиці, до якої заносяться фактори, що впливають на організацію, а також визначається їх вплив. При цьому в ній відображається лише характер впливу фактору (у стовпчику «Оцінка») - позитивний (позначка «+») або негативний (позначка «-»). Можливим є проведення більш ґрунтовного аналізу з виділенням сили впливу кожного з факторів на функціонування конкретного бізнесу, ймовірності його реалізації тощо. Водночас, більш детальний PEST-аналіз підвищує вимоги до кваліфікації експертної групи [25].

Варто відзначити, що, як і будь-якому іншому експертному методу дослідження, PEST-аналізу властиві недоліки, що полягають у високому рівні суб'єктивізму при оцінюванні, а також у складнощах, пов'язаних із формуванням експертної групи. Проте, на сьогодні PEST-аналіз є одним з найбільш поширених та використовуваних методів аналізу макросередовища.

Іншою складовою зовнішнього середовища є мікросередовище, яке об'єднує фактори, що, хоча знаходяться поза організацією, на них керівництво все ж має можливості обмеженого впливу шляхом встановлення ефективних комунікацій. Найбільш поширеним на сьогодні підходом до визначення факторів мікросередовища є запропонована М. Портером модель 5 сил [26, с. 3-29].

Згідно із зазначеною моделлю фактори мікросередовища доцільно поділити на 5 основних груп.

1. Наявний рівень конкуренції в галузі - визначає кількість існуючих конкурентів у певній галузі, характер та силу конкуренції, можливості окремих суб'єктів ринку впливати на поточну ринкову ситуацію.
2. Загроза появи нових конкурентів - визначає можливості до входження на ринок інших суб'єктів бізнесу, які наразі не функціонують у

визначеній галузі, проте можуть це зробити, чим підсилять рівень існуючої конкуренції у галузі.

3. Ринкова сила постачальників - визначає можливості постачальників ресурсів впливати на умови функціонування бізнесу.
4. Ринкова сила покупців - характеризує можливості споживачів щодо встановлення умов збуту продукції бізнесу.
5. Наявність товарів-субститутів (замінників) - характеризує наявність продукції інших галузей економіки, яка спрямована на задоволення тих самих потреб (наприклад, газовані напої та соки).

Відмінною рисою факторів мікросередовища є наявність обмежених можливостей впливу керівництва суб'єкта бізнесу на зазначені чинники. Наприклад, не можна змусити споживача купувати конкретну продукцію, проте можна знайти інші ринки збуту, активізувати політику просування продукції та комунікаційну політику тощо. Аналогічно, можливим є пошук постачальників з більш вигідними пропозиціями, перехід в іншу ринкову нішу або взаємодія з конкурентами.

Порядок проведення аналізу мікросередовища за моделлю 5 сил М. Портера в цілому схожий до порядку проведення PEST-аналізу. Зокрема, передбачається формування експертної групи, ідентифікація та поділ факторів мікросередовища за визначеними групами, оцінювання характеру та сили їхнього впливу. Відповідно, недоліками є також високий рівень суб'єктивізму оцінок та високі вимоги до рівня кваліфікації та поінформованості потенційних експертів [27, с. 313].

Таким чином, зовнішнє та внутрішнє бізнес-середовище формуються широким спектром факторів, знання та розуміння яких допомагає компаніям адаптуватися до змін та розробляти стратегії, які забезпечують їхній успіх. Наприклад, компанія, яка розуміє зміни в потребах та смаках споживачів, може розробити продукт або послугу, яка відповідає цим змінам та стати конкурентоспроможною на ринку. Крім того, знання внутрішніх факторів допомагає компаніям оптимізувати свої процеси та збільшити ефективність.

1.3 Вплив бізнес-середовища на підприємницьку активність в умовах економічної нестабільності

Умови сьогодення характеризуються високим рівнем складності та динамізму, водночас, жоден бізнес не може функціонувати та розвиватися без врахування відповідних зовнішніх умов. Останні десятиліття відзначаються вагомими змінами в сфері суспільно-економічних відносин, що, у свою чергу, накладає певний відбиток на умови функціонування бізнесу. Основними тенденціями, що визначають умови функціонування вітчизняного бізнесу на сьогодні, є наступні:

- глобалізація;
- загострення конкурентної боротьби;
- інформатизація економічних відносин;
- персоніфікація споживчих запитів та зростання ринкової сили споживачів;
- зростання темпів науково-технічного прогресу;
- прискорення темпів змін зовнішнього середовища;
- зростання ролі людського чинника.

Розглянемо більш детально зазначені тенденції.

Однією з ключових тенденцій, що формує найбільш вагомий вплив на умови функціонування бізнесу, є глобалізація, яка проявляється у зростанні кількості та якості взаємозв'язків між економіками різних країн та посиленні світових інтеграційних процесів. Глобалізація, у свою чергу, також характеризується декількома основними проявами.

Одним з основних наслідків глобалізації є доступ до світових ринків та участь у світових економічних процесах. За даними Державної служби статистики України, станом на 2022 рік Україна здійснювала зовнішню торгівлю товарами з

164 країнами та залежними територіями світу [28]. Такий доступ до зовнішніх ринків значно розширює можливості бізнесу з точки зору експорту товарів з одного боку та посилює конкурентні сили з точки зору імпорту закордонних товарів з іншого боку.

Наступним проявом глобалізації є вплив світових кризових процесів. Для прикладу досить згадати світову фінансову кризу 2007-2009 рр., яка розпочалася з банкрутства декількох вагомих фінансових установ США та в результаті вплинула майже на весь світ. Відтак, результатом глобалізації та відкритості світової економіки є зростання її вразливості до негативних впливів.

Важливою для бізнесу є участь у міжнародних організаціях, що відкриває можливості окремих країн до міжнародної підтримки, пільгового фінансування, доступу до ринків тощо. Наприклад, за офіційними даними МЗС України, наша держава є членом 80 міжнародних організацій від загальносвітового рівня (наприклад, ООН, СОТ, МВФ тощо) до галузевих об'єднань (наприклад, Всесвітня організація охорони здоров'я, Всесвітній поштовий союз, Всесвітня метеорологічна організація тощо) [29]. Результатом глобалізації є формування світового іміджу країни, що впливає, у свою чергу, на інвестиційну привабливість як країни в цілому, так і окремих бізнес-одиниць, доступ до пільгових кредитних ресурсів, можливості співробітництва.

Наступною, не менш вагомою, тенденцією, що значно впливає на умови функціонування бізнесу, є загострення конкурентної боротьби. Вагомими причинами такої тенденції є відкритість економіки країни та процес глобалізації, що позначаються у зростанні кількості імпортованих товарів на вітчизняному ринку. Іншою причиною є зниження платоспроможного попиту населення, що, у свою чергу, стимулює змагання виробників за кожного споживача. Вплив зазначеної тенденції обумовлює необхідність пошуку дієвих засобів цінової та нецінової конкуренції для забезпечення виживання бізнесу.

Інформатизація економічних відносин характеризується двома проявами. По-перше, це зростання ролі соціальних мереж, що, у свою чергу, визначає необхідність модифікації засобів просування продукції та каналів комунікації зі

споживачем. Іншим проявом є діджиталізація економічних відносин, тобто розвиток цифрової економіки. Зокрема, це позначається у зростанні обсягів торгівлі з використанням мережі Інтернет, обсягів грошового обороту з використанням цифрових технологій, розвитку криптовалют тощо [30, с. 121].

Персоніфікація споживчих запитів обумовлена розвитком технологій та удосконаленням виробництва. Якщо раніше в економіці домінував підхід, за яким необхідно було виробити максимальну кількість стандартизованої продукції з нижчими, ніж у конкурентів, витратами та цінами, то сьогодні споживач погоджується платити вищу ціну за індивідуальний підхід, ексклюзивність товару тощо. Відтак, виграє той виробник, який запропонує унікальний, відмінний від інших, адаптований до потреб споживача продукт. Іншою складовою даної тенденції є доступ споживачів за рахунок цифрових технологій та мережі Інтернет до значної кількості товарів по усьому світу, тобто нівелюється фактор географічної обмеженості ринку. Крім того, широкий доступ до інформації збільшив можливості споживачів до вибору, відтак, зросла їхня ринкова сила.

Зростання темпів науково-технічного прогресу особливо сильну роль відіграє у технологічних галузях. Швидкість розробки та впровадження нових технологій у масове виробництво значно зросли останнім часом, що визначає необхідність застосування інноваційного підходу в управлінні.

Важливою тенденцією, яка є похідною від усіх вище зазначених, є прискорення темпів змін зовнішнього середовища. Якщо 30-50 років тому бізнес функціонував у відносно прогнозованих та стабільних умовах, то на сьогодні фактори зовнішнього середовища характеризуються високим динамізмом внаслідок зростання їх кількості та складності. Відтак, без розуміння ролі зовнішнього середовища, відстежування зміни його факторів та адаптації до нових умов функціонування бізнесу є значно ускладненим.

Зростання ролі людського чинника обумовлено розвитком конкурентної боротьби. На сьогодні персонал підприємства з притаманними йому характеристиками, рівнем кваліфікації та професійної майстерності формує одну з найбільш вагомих конкурентних переваг бізнесу, яку складніше відтворити, ніж

техніко-технологічні складові. Саме персонал виступає джерелом ідей для еволюційного розвитку, формування принципово нових технологій та підходів до організації бізнес-процесів [31, с. 134].

Як бачимо, бізнес-середовище має значний вплив на функціонування бізнесу. Це впливає на здатність компанії отримувати дохід, збільшувати свою частку ринку та досягати своїх цілей. Сприятливе бізнес-середовище може надати бізнесу можливості для зростання та розширення, тоді як несприятливе середовище може призвести до зниження прибутковості, доходів і навіть краху бізнесу.

Основним суб'єктом підприємницької активності є підприємець. Однак підприємець – не єдиний суб'єкт, у будь-якому випадку він змушений взаємодіяти зі споживачем як основним його контрагентом, а також з державою, яка в різних ситуаціях може виступати помічником або противником. Саме тому виникає необхідність регулювання здійснення підприємницької діяльності. Наприклад, підприємництво в Україні регулюється Законом України «Про підприємництво» [32] і рядом інших нормативних актів. В цілому, законодавство створює необхідне законодавче оточення підприємництва, закріплює його економіко-правові основи, зокрема статус суб'єктів підприємницької діяльності, принципи, комплекс гарантій, в тому числі неприпустимість втручання державних органів і їх службових осіб у господарську діяльність підприємців. Загалом в сучасних умовах спостерігається посилення державного впливу на економічні процеси, змінюються організаційні форми взаємодії державних органів з суб'єктами господарювання, відбуваються суттєві зрушення з метою, механізмом, апаратом управління, у поєднанні державного та ринкового механізмів регулювання. Це загальна тенденція, характерна для більшості країн із розвиненою економікою [33, с. 93].

Наприклад, на загальноєвропейському рівні розроблено нормативні акти, програми та рекомендації з метою гармонізації законодавства, що регулює підприємницьку діяльність. Тому в даний час в ЄС вживаються заходи, спрямовані на створення сприятливого середовища для розвитку підприємництва: підтримка стартапів, розвиток цифрового бізнесу, запобігання банкрутству, підтримка жінок-підприємців та молоді та ін.

Особливо важливими є подібні дії під час економічної нестабільності та в кризових умовах. Від умов бізнес-середовища залежить, чи будуть підприємці запускати нові проекти, залучати інвестиції, відкривати нові ринки або розширювати існуючі бізнеси. Основні впливи бізнес-середовища на підприємницьку активність в умовах економічної нестабільності наступні:

- криза може призвести до скорочення доступності кредитів та інших джерел фінансування, що зменшує підприємницьку активність та може спричинити зменшення розміру бізнесу.
- економічна нестабільність може змінити споживчі пріоритети та призвести до зменшення попиту на певні продукти та послуги.
- умови економічної нестабільності можуть призвести до змін у законодавстві та регулюванні, що може вплинути на ринкові умови та рентабельність діяльності підприємств.
- економічна нестабільність може збільшити ризики бізнесу, що може призвести до зменшення підприємницької активності.
- умови економічної нестабільності можуть збільшити конкуренцію на ринку, оскільки підприємства будуть боротися за обмежені ресурси та зменшені обсяги споживання [34].

Водночас економічна нестабільність може стимулювати підприємницьку активність з кількох причин:

- Економічна нестабільність може створювати нові ринки і попит на товари та послуги.
- У часи економічної нестабільності підприємства змушені бути більш конкурентоспроможними, що може стимулювати їх до інновацій і пошуку нових способів ефективності, що може привести до виникнення нових продуктів та послуг.
- У часи економічної нестабільності, може зменшуватися вартість засобів виробництва (наприклад, нерухомості, сировини та матеріалів).

- Економічна нестабільність може призводити до зниження процентних ставок та більш сприятливих умов для отримання фінансування, що може стимулювати підприємницьку активність [35].

Узагальнимо дані фактори, об'єднавши їх в таблиці 1.2

Таблиця 1.2 – Вплив факторів бізнес-середовища на підприємницьку активність

Фактори	Вплив на підприємницьку активність	Інтенсивність впливу
Глобалізація	Збільшення конкуренції на світовому ринку; можливість розширення або зменшення географії бізнесу	Середня
Загострення конкурентної боротьби	Необхідність постійного вдосконалення продукту або послуги; можливість залучення нових клієнтів за рахунок якості та ціни	Висока
Інформатизація економічних відносин	Зростання можливостей електронної комерції; необхідність відповідного технологічного рівня для ефективної роботи	Середня
Персоніфікація споживчих запитів та зростання ринкової сили споживачів	Необхідність розуміння потреб та бажань клієнтів; можливість налаштування бізнесу на певний сегмент ринку	Середня
Зростання темпів науково-технічного прогресу	Поява нових технологій та можливостей; необхідність стеження за технічним прогресом та впровадження його в бізнес-процеси	Висока
Прискорення темпів змін зовнішнього середовища	Необхідність швидкої адаптації до змін; можливість налаштування бізнесу на нові умови	Низька
Зростання ролі людського чинника	Розвиток лідерських якостей та комунікаційних навичок; можливість створення позитивної робочої атмосфери та залучення кваліфікованих працівників	Середня

Джерело: складено автором

Отже, в умовах економічної нестабільності фактори бізнес-середовища можуть викликати кардинально різний ефект, призводячи як до зростання, так і до зменшення підприємницької активності. Тому для успішної діяльності будь-якої організації в умовах сучасної глобалізованої економіки необхідно значну увагу приділяти аналізу бізнес-середовища та бути готовим адаптуватись до змін.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА США

2.1 Аналіз сучасної структури бізнес середовища США

Дослідження бізнес-середовища Сполучених Штатів Америки доцільно розпочати з окреслення тенденцій розвитку економіки країни, для чого розглянемо динаміку росту ВВП за останні п'ять років (рис. 2.1).

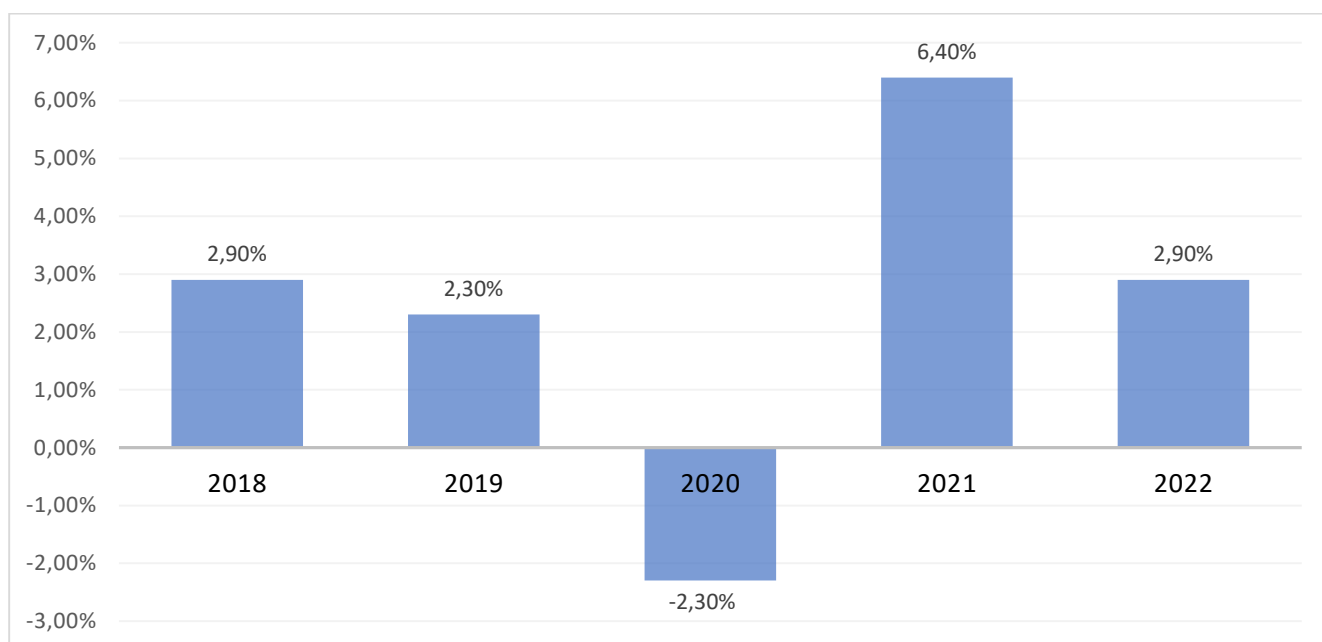


Рисунок 2.1 – Динаміка зміни валового внутрішнього продукту США, 2018-2022, %

Джерело: складено автором на основі [36; 37; 38]

У 2018 році США продовжували зазнавати економічного зростання, проте темпи зростання почали сповільнюватись. За даними Всесвітнього банку, річний приріст ВВП в США становив 2,9% у 2018 році, що трохи менше, ніж 3,1% у 2017 році [38]. Ринки акцій також зазнали відносно міцного зростання, проте на початку 2019 року почали спадати. У 2019 році економіка США продовжила зростати, але з меншими темпами, і ВВП зріс всього на 2,3%. Ринки акцій також зросли, але вже

на початку наступного року знову зазнали спаду внаслідок розвитку та поширення COVID-19.

У 2020 році США зазнали серйозного впливу пандемії COVID-19. Відкриття підприємств було обмежено, багато людей втратили роботу, а ВВП скоротився на 3,5%. Уряд США відреагував на кризу низкою економічних заходів, включаючи прийняття закону CARES Act, який передбачав підтримку бізнесу та населення [39]. У 2021 році економіка США поступово відновлювалась. Згідно з даними Всесвітнього банку та Бюро економічного аналізу США, ВВП США зріс на 6,4% в 2021 році. Продовжуючи думку, варто зазначити, що наряду зі зростанням ВВП, ринки акцій також продовжували своє відновлення. Наприклад, індекс S&P 500 досягнув свого історичного максимуму у серпні 2021 року, після того, як Центральний банк США (ФРС – Федеральна резервна система) заявив про те, що не планує скорочувати свою політику стимулювання економіки у найближчий час [40].

В 2022 році на економічне становище США значний вплив склали геополітичні проблеми – початок повномасштабної російсько-української війни, напруженість навколо Тайваню з ще більшим ускладненням відносин з Китаєм, складнощі на Близькому Сході тощо. Також варто зазначити, що економічні наслідки пандемії COVID-19 ще і досі відчутні в США, зокрема, більшість людей ще не повністю повернулися до роботи, а в багатьох галузях панує дефіцит робочої сили. Також, інфляційний тиск на економіку збільшується, що може привести до підвищення цін на товари та послуги. Внаслідок цього перший та другий квартали 2022 року демонстрували значний спад, інфляція суттєво зросла, що стимулювало ФРС кілька разів підвищувати процентну ставку, та станом на початок 2023 року цей процес не буде зупинятись [41].

Все це призвело до того, що економіка США станом на березень 2023 року є нестабільною. Так, один з 20 найбільших банків США Silicon Valley Bank збанкрутував через неспроможність виплатити депозити клієнтам, слідом за ним регулятори закрили Signature Bank. Менше з тим, президент Джо Байден назвав

банківську систему США «безпечною» і пообіцяв посилити банківське регулювання [42].

Як бачимо, зараз складно зробити однозначний висновок щодо стійкості економіки США, адже за останній місяць регулятори закрили три банки, а банкрутство банків може спричинити паніку на ринку та призвести до збитків для інших компаній та інвесторів. Очевидно, що і так високий ріст інфляції лише пришвидшиться, як і зросте невизначеність [43].

Отже, можна сказати, що економіка США за останні кілька років зазнала різних випробувань, включаючи пандемію COVID-19 та її наслідки, геополітичну нестабільність та внутрішні кризи. Проте, уряд США приймає відповідні заходи для підтримки економіки та населення, що дозволяє економіці країни і далі займати лідируючі позиції в глобальній економіці.

Подібний стан економіки забезпечується високорозвиненим діловим середовищем країни. Одним з найважливіших аспектів структури бізнес-середовища США є наявність великої кількості малого бізнесу. За даними Управління з питань малого бізнесу, станом на листопад 2022 року у США налічувалось більше 30 мільйонів малих підприємств, які становлять понад 99% усіх підприємств країни [44]. Це свідчить про великий потенціал для розвитку бізнесу в США, а також про високу конкуренцію на ринку.

Ще одним важливим фактором є наявність високотехнологічних компаній у країні. США вважаються однією з провідних країн у галузі технологій, і такі компанії, як Apple, Amazon, Google та Facebook, є головними гравцями на міжнародному ринку. Більш детально діяльність сектору високих технологій розглянемо в підрозділі 2.2 даного кваліфікаційного дослідження.

Також важливим аспектом є федеральне регулювання бізнесу. У США існує велика кількість законів та правил, які регулюють бізнес-діяльність, включаючи закони про оподаткування, працевлаштування та торгівлю. Це може створювати труднощі для малих підприємств, які можуть не мати достатньої кількості ресурсів для виконання всіх вимог.

На сьогодні законодавче та регуляторне середовище в США є водночас одним з найскладніших та найбільш розвинених у світі. Законодавча база в США регулює різні сфери бізнесу, включаючи оподаткування, фінансову діяльність, торгівлю, охорону навколишнього середовища, охорону праці та здоров'я та інші. Законодавча база також регулює взаємодію між бізнесом та споживачами, працівниками, конкурентами та іншими зацікавленими сторонами [45].

Одним з головних викликів для бізнесу в США є нестабільність законодавчого середовища. Політичні зміни можуть призводити до різких змін у законодавчих та регуляторних вимогах. Наприклад, з початку президентства Байдена були запроваджені значні зміни у фіскальній політиці, включаючи збільшення податків та реформування системи соціального захисту. Це викликало відповідне посилення податкового навантаження на підприємців, що є очевидним негативним впливом [46, с. 178].

Законодавче та регуляторне середовище в США може бути як позитивним, так і негативним для бізнесу. Деякі законодавчі акти та програми можуть сприяти розвитку бізнесу та створенню нових можливостей. Наприклад, податкова реформа 2017 року допомогла зменшити податкове навантаження на бізнес та збільшити інвестиції в економіку. Водночас несприятливий вплив для бізнесу з боку законодавства також можливий. Наприклад, надмірне регулювання може призвести до затримок та високих витрат на виконання вимог, що може зменшити прибутковість підприємства. Також, складність та розмір законодавчого та регуляторного середовища робить його незрозумілим та важкодоступним для підприємців-початківців, що обумовлює необхідність використання послуг юрисконсульта з бізнес-питань.

Як бачимо, законодавче та регуляторне середовище в США може мати значний вплив на розвиток бізнесу в США. Наприклад, національна політика з приводу енергоефективності та використання відновлювальних джерел енергії може сприяти розвитку нових технологій та підприємств, що спеціалізуються на виробництві обладнання та рішень з енергоефективності. Закони, що регулюють права споживачів, можуть стимулювати бізнес до стійкого підвищення якості своїх

товарів та послуг, що збільшує конкуренцію на ринку та підвищує якість життя споживачів [47, с. 165]. Тому бізнес повинен бути готовим до змін та адаптації до нових вимог та умов. Розуміння законодавчого та регуляторного середовища в США є критично важливим для підприємств, щоб зрозуміти вплив законів та програм на їхню діяльність та приймати вірні рішення щодо стратегії та розвитку.

Важливим фактором, що формує бізнес-середовище країни, є доступ до фінансування. У США існує кілька тисяч банків та інвестиційних фондів, що надають фінансову підтримку для розвитку бізнесу. Однак, отримання кредиту може бути складним завданням для нових та менших підприємств, особливо в період економічної нестабільності. Підтримка малого бізнесу тут відбувається головним чином через дотації, прямі гарантовані позики. Крім того на рівні штату реалізуються програми підтримки малого бізнесу через залучення недержавних коштів. У випадку неплатоспроможності позичальника держава стовідсотково покриває збитки. Гарантії держави зменшують ризик операцій кредитно-фінансових установ, сприяють зацікавленості кредиторів малого бізнесу [48].

Крім кредитів, в США підприємці мають доступ до інших джерел фінансування, які можуть допомогти їм забезпечити необхідний капітал для розвитку своїх бізнесів:

- Венчурні капіталісти - це інвестори, які вкладають гроші в компанії з високим потенціалом зростання, зазвичай в обмін на частку в компанії.
- Приватні інвестори - інвестори, які інвестують свої власні кошти в бізнес, зазвичай на ранніх стадіях розвитку компанії.
- Краудфандинг - процес збору грошей від багатьох людей через Інтернет. Цей метод стає все більш популярним серед підприємців, які шукають капітал для розвитку своїх проектів.
- Інкубатори та акселератори - програми, які допомагають стартапам з розвитку бізнесу, зазвичай шляхом надання фінансової підтримки, простору для роботи та доступу до менторів та ресурсів.

- Бонди та акції - це інструменти, які компанії можуть використовувати для залучення капіталу через продаж облігацій (бондів) або акцій компанії.
- Державні програми: уряд США має різні програми, які надають фінансову підтримку для підприємців, зокрема, програми підтримки малого бізнесу та підприємств в секторі альтернативної енергетики.

Крім того, для підприємців в США є доступними й інші форми фінансування, залежно від розміру та типу бізнесу. Наприклад, для малих підприємств, які не мають значного капіталу, доступні такі форми фінансування, як мікрокредити, гранти та пільгові кредити. Для великих компаній доступні більш складні фінансові інструменти, такі як корпоративні облігації та банківські кредити зі значними обсягами.

Також важливо зазначити, що для отримання фінансування в США підприємці повинні мати певний рівень кредитної історії та фінансової стійкості, що може бути складним завданням для початківців. Тому, деякі підприємці можуть звертатися до альтернативних джерел фінансування, таких як краудфандинг, які можуть не вимагати від підприємців високого рівня кредитної історії та фінансової стійкості. У будь-якому випадку, доступ до різних джерел фінансування може бути важливим фактором для успіху бізнесу, оскільки дозволяє підприємцям забезпечити необхідний капітал для розвитку та зростання компанії.

Нарешті, важливим аспектом бізнес-середовища є кадровий потенціал. США мають великий талановитий кадровий резерв, який може стати важливою складовою успіху бізнесу. Однак, залежно від галузі, можуть бути проблеми зі знаходженням та залученням кваліфікованих спеціалістів. Основні галузі економіки США включають наступні сектори:

- Сільське господарство. США є одним з провідних світових виробників сільськогосподарської продукції, такої як зерно, м'ясо, молоко та інші продукти. За даними міністерства сільськогосподарства США, в 2022 році країна реалізувала сільськогосподарської продукції на суму в 196 мільярдів доларів [49].

- Промисловість. США є одним з провідних світових виробників автомобілів, літаків, електроніки, машин та обладнання. В 2021 році вартість вироблених промисловістю США товарів складала понад 2,5 трильйонів доларів [50]. При цьому останні два квартали 2022 року спостерігається падіння обсягів на 2,8% [51].
- Фінанси. США має найбільшу у світі фінансову систему, що включає банківський сектор, страхову індустрію, інвестиційні компанії та інші фінансові установи. Станом на початок 2023 року в країні діють 4844 комерційні банки, які оперують активами на суму понад 23,6 трильйонів доларів [52].
- Сектор послуг. США є провідним світовим постачальником послуг, таких як транспорт, телекомунікації, технічне обслуговування та інші. Станом на 2023 рік дана галузь економіки оцінюється в понад 16,3 трильйонів доларів США [53].
- Торгівля. США має один з найбільших світових ринків, що включає роздрібну та оптову торгівлю, електронну комерцію та інші форми торгівлі. Згідно з даними Світового банку, загальний експорт Сполучених Штатів становив 1,43 трильйонів доларів США, а загальний обсяг імпорту становив 2,4 трлн дол. США. На додачу до цього, експорт послуг становить понад 692 млрд. дол. США, а імпорт – 458 млрд [54].

Всі ці галузі економіки взаємопов'язані і взаємозалежні. Наприклад, промисловість залежить від сільського господарства для постачання сировини, а торгівля залежить від інфраструктури, що забезпечує транспорт та логістику. Фінансовий сектор надає фінансування для розвитку промисловості та інших галузей економіки. Сектор послуг забезпечує підтримку інших галузей економіки, такі як транспорт, телекомунікації та інші. В цілому, всі галузі економіки взаємодіють між собою, що сприяє зростанню економіки США в цілому.

Повертаючись до кадрового потенціалу країни, слід зазначити, що ринок праці в США на сьогодні переживає не кращі часи, адже значна кількість

іммігрантів, нерентабельність бізнесу та інші фактори призвели до одного з найвищих рівнів безробіття в історії країни. Так, за даними Бюро статистики праці США, станом на лютий 2023 року в країні налічувалось 5,9 млн безробітних, тобто показник безробіття становить 3,6 % [55].

Наостанок окреслимо вплив ринкових та господарських факторів на окремі галузі економіки США. Станом на березень 2023 року можна виділити наступні загальні тенденції (рис. 2.2).

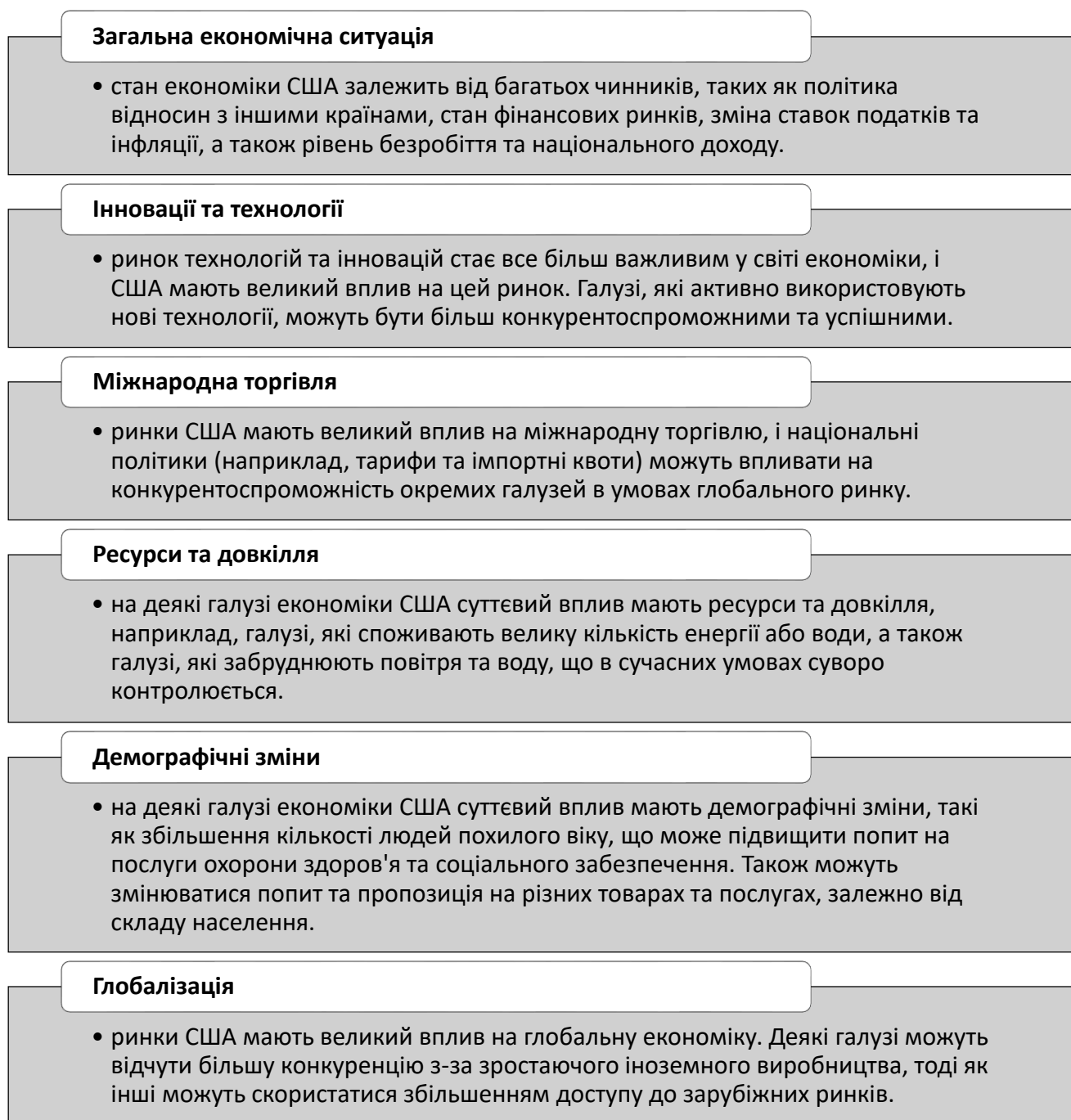


Рисунок 2.2 – Фактори впливу на галузі економіки США

Джерело: складено автором

Можна зробити висновок, що вплив ринкових та господарських факторів на окремі галузі економіки США є дуже складним та залежить від багатьох факторів. Проте, загальні тенденції, такі як економічна ситуація, інновації та технології, міжнародна торгівля, ресурси та довкілля, демографічні зміни та глобалізація впливають на все бізнес-середовище країни загалом.

Отже, до структури бізнес-середовища США входять:

1. Федеральна влада, яка приймає закони, що регулюють бізнес, а також відповідає за податкову та митну політику, контроль за монополіями та захист прав інтелектуальної власності.
2. Штати, кожен з яких має свою власну систему реєстрації бізнесів та законодавство, яке регулює бізнес-діяльність на місцевому рівні. Штати також відповідають за регулювання ліцензування та інших дозвільних процедур.
3. Місцеві влади - міські, окружні та громадські влади, також мають свої законодавчі та регулятивні повноваження, які можуть впливати на бізнес. Вони відповідають за забезпечення інфраструктури та послуг на місцевому рівні.
4. Галузеві організації, які займаються захистом інтересів своїх членів та розвитком галузі. Ці організації можуть здійснювати лобіювання на рівні штату або федерального рівня.
5. Фінансові установи - банки, страхові компанії, інвестиційні фонди тощо, які забезпечують доступ до капіталу, фінансових інструментів та ризикового капіталу, що є важливим для здійснення бізнесу.
6. Конкуренція, яка стимулює компанії до постійного покращення якості продуктів та послуг, а також до використання новітніх технологій. Конкуренція сприяє збільшенню вибору для споживачів, але може також призвести до виникнення монополій та інших форм недостатньої конкуренції.

7. Технології, які дозволяють бізнесу впроваджувати інновації для розвитку своєї діяльності. Технологічний сектор також має великий вплив на економіку США та світову економіку в цілому.
8. Ринок праці, який дозволяє бізнесам вибирати найкращих працівників та залучати талановитих спеціалістів з усього світу.

Взаємодія описаних чинників і створює бізнес-середовище США. З одного боку, США є однією з найбільш розвинутих та інноваційних економік у світі, з високим рівнем технологічної розвиненості, доступом до капіталу та ринку праці, та великою кількістю можливостей для розвитку бізнесу. З іншого боку, бізнес-середовище США також є дуже конкурентним, з високим рівнем регулювання та бюрократії, що може створювати виклики для підприємств. Крім того, питання соціальної відповідальності та стійкого розвитку стають все більш важливими для бізнесу в США. У цілому, структура бізнес-середовища США є досить стабільною та динамічною, і вимагає від підприємств постійної адаптації до змін та викликів, які виникають на ринку.

2.2 Інноваційна компонента формування і розвитку бізнес-середовища США

Зараз у постіндустріальному суспільстві дуже складно заперечувати значний вплив інноваційної економіки на те, яке місце та чи інша держава посідає на міжнародній арені. США входить до групи країн з розвиненою інноваційною сферою та лідирує у галузі розробок та здійснення інноваційних проектів, тому можна сміливо сказати, що інноваційний розвиток в Америці став національною ідеєю. Пріоритетне місце в економіки країни ця сфера почала займати з 70-х років, через конфлікт з Японією за перше місце у технологічній сфері. Пропаганда досліджень та здійснення інноваційних патентів у комерційній галузі допомогли США досягти гегемонії у більшості економічних областей.

Так, федеральне фінансування досліджень допомогло стимулювати інновації та відіграло ключову роль у забезпеченні лідерства США в багатьох галузях, включаючи програмне забезпечення, апаратне забезпечення, авіацію та біотехнологію. Це фінансування дозволило розробити низку важливих технологій, які ми користуємось сьогодні, включаючи реактивні літаки, Інтернет, GPS, світлодіодне освітлення, мікрохвильові печі, радары, мережеві комп'ютери, бездротовий зв'язок та багато інших [56, с. 54].

Сучасна національна інноваційна система США поширюється на бізнес, муніципальні структури, приватне та державне формування різних науково-експериментальних підрозділів. Вона включає всі галузі допустимих інновацій: від найменш значущих, пов'язаних з побутовим життям, аж до сучасної інформаційної, медичної та космічної техніки.

У країні сформована велика інфраструктура, що забезпечує продуктивність Державної інвестиційної концепції. З-поміж них ключове місце займають компанії, що допомагають формуванню малого бізнесу. Шляхом державного аналізу проводяться дослідження і в галузі охорони здоров'я, освіти, а також у науці. Більше половини базових досліджень США виконують інститути, а прикладні розробки – майже цілком приватні фірми, але нерідко за державними контрактами.

Незважаючи на безсумнівно, ключову роль університетів, національних лабораторій, технопарків та бізнес-інкубаторів в американській інноваційній сфері економіки, найбільша частка патентів реалізується в результаті співпраці приватних та державних підприємств. Пояснення цьому дуже просте - такий спосіб взаємодії дає змогу посилити можливості обох сторін та подолати складності втілення проектів. Важливо зауважити, що окремо партнерам це робити досить важко, тому що державні компанії ризикують втратити свій престиж, а малим нерідко не вистачає потрібних ресурсів для великих оборотів, тому важливо відзначити особливу роль малого бізнесу у цій сфері, як і різнобічність американської інноваційної економіки.

Центрам з формування малого бізнесу дозволено формувати урядам штатів, регіональним відомствам, владі округів, а також іншим місцевим органам влади,

муніципальним та приватним фінансово-кредитним установам, державним та приватним університетам, соціальним установам. Дані центри надають малим інноваційним підприємствам консультаційні послуги у сфері менеджменту, бухгалтерії та звітності, логістики, збуту, маркетингу, застосування інновацій, технічно-науково-технічного надання виробничого ходу та гарантують законну підтримку їх діяльності.

Для підтримки малого інноваційного підприємництва США реалізуються різні федеральні програми. Керує ними Управління справами малого бізнесу. Даний орган займається всіма напрямками підтримки малого підприємництва США, але стимулювання інноваційності – один з найважливіших.

Сучасна форма взаємодії науки і бізнесу впливає з того, що різноманітна комерційно приваблива технологія, в індивідуальній основі містить результати фундаментальних наукових досліджень. Нинішні засоби комунікацій дають змогу виключити з інноваційного ланцюжка посередницькі структури та виступати бізнесу у конкретні контакти з наукою, відштовхуючись на індивідуальні інтереси. При цьому необхідно враховувати закон, відповідно до якого, значимість фундаментальних академічних наслідків постійно зростає.

Для оцінки стану американського інноваційного сектора економіки було проаналізовано низку показників. По-перше, рейтинг світової конкурентоспроможності IMD, розроблений Швейцарським Міжнародним інститутом розвитку менеджменту [57].

Таблиця 2.1 – Рейтинг світової конкурентоспроможності IMD

	2018	2019	2020	2021	2022
Сінгапур	3	1	1	5	3
США	1	3	10	10	10
Нідерланди	4	6	4	4	6
Швейцарія	5	4	3	1	2
Німеччина	15	17	17	15	15
Данія	6	8	2	3	1

Джерело: складено автором за даними [57]

Не варто применшувати його важливість, оскільки розвиток інновацій залежить від різних чинників: від зовнішньої політики до соціальної сфери. Як ми можемо бачити, у 2020 році США різко втратило своє місце у трійці найкращих країн. Головним фактором зниження рейтингу Америки є очевидне зниження інвестицій в інфраструктуру, школи та благоустрій територій, що підтримують економіку країни. Показник «Профіцит/дефіцит державного бюджету» зазначений як другий ключовий критерій зниження. Велику роль цьому зниженні зіграла пандемія.

Для порівняння та оцінки інноваційного розвитку країн також широко використовується Global Innovation Index [58]. У таблиці 2.2 ми можемо помітити заявку Сполучених Штатів на лідерство в інноваційній сфері. Сполучені Штати Америки, як і раніше, на першому місці за кількістю очолюваних ними рейтингів показників інноваційної діяльності, займаючи 1-е місце за 15 показниками з 85 розглянутих (на два більше, ніж у 2021 році). У 2022 році, як і в попередні роки, особливо велика кількість провідних НТК зосереджена у Сполучених Штатах Америки.

Таблиця 2.2 – Глобальний інноваційний індекс

	2018	2019	2020	2021	2022
Сінгапур	5	8	8	8	7
США	6	3	3	3	2
Нідерланди	4	4	5	6	5
Швейцарія	1	1	1	1	1
Німеччина	9	9	9	10	8
Данія	8	7	6	9	10

Джерело: складено автором за даними [58]

У глобальному рейтингу EU Industrial R&D Investment Scoreboard більшість компаній з найвищими інвестиціями в НДДКР здійснюється за рахунок американських корпорацій [59]. В таблиці 2.3 бачимо високу патентну активність компаній США як у країні, так і за кордоном.

Таблиця 2.3 – Місцезнаходження реєстрації патентів

Країна реєстрації патенту	ЄС	США	Китай	Японія
ЄС	72,5 %	17,7 %	1,1 %	1,2 %
США	5,6 %	82,0 %	1,7 %	0,5 %
Китай	3,5 %	5,8 %	87,8 %	0,3 %
Японія	3,0 %	14,2 %	0,9 %	77,1 %

Джерело: складено автором за даними [59, с. 14]

Дані показують вищу патентну активність компаній ЄС за кордоном, 27,5% їхніх патентів мають винахідники, розташовані за кордоном, порівняно з 18% у США та 12,1% у Китаї. Ці результати вказують на потенційну можливість для США покращити свій науково-дослідний потенціал і відновити свою промислову базу відповідно до пріоритетів нової промислової та інноваційної політики країни, особливо в контексті диджиталізації.

Рисунок 2.3 ілюструє зростання валових внутрішніх витрат на R&D у країнах-членах Організації економічного співробітництва та розвитку. Видно, що США посідає 2 місце за витратами у цій сфері, значно поступаючись Китаю.

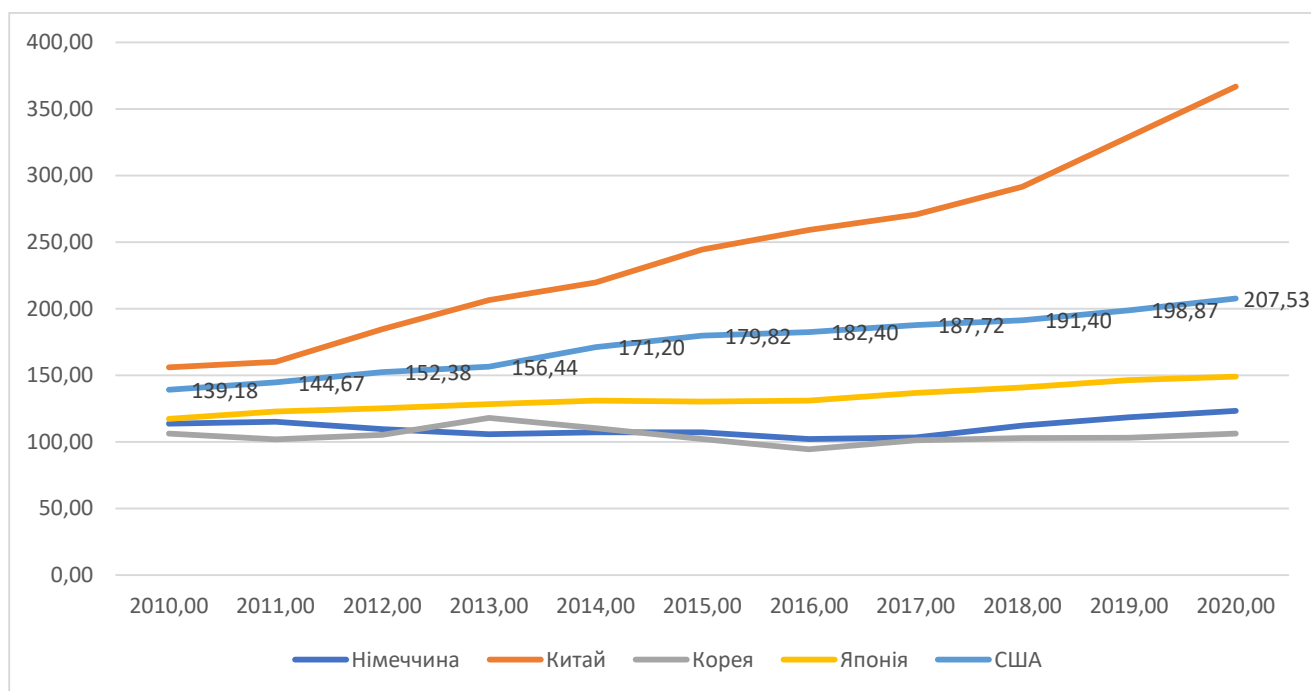


Рисунок 2.3 – Зростання валових внутрішніх витрат на НДДКР у країнах ОЕСР в дол. США за ПКС

Джерело: складено автором за даними [60]

Рисунок 2.4 показує загальний показник внутрішніх витрат на НДДКР, виражений у відсотках ВВП. Тут Америка посідає 4 місце після Ізраїлю, Кореї та Швеції. За 10 років відсоток США зріс на 0,8%.

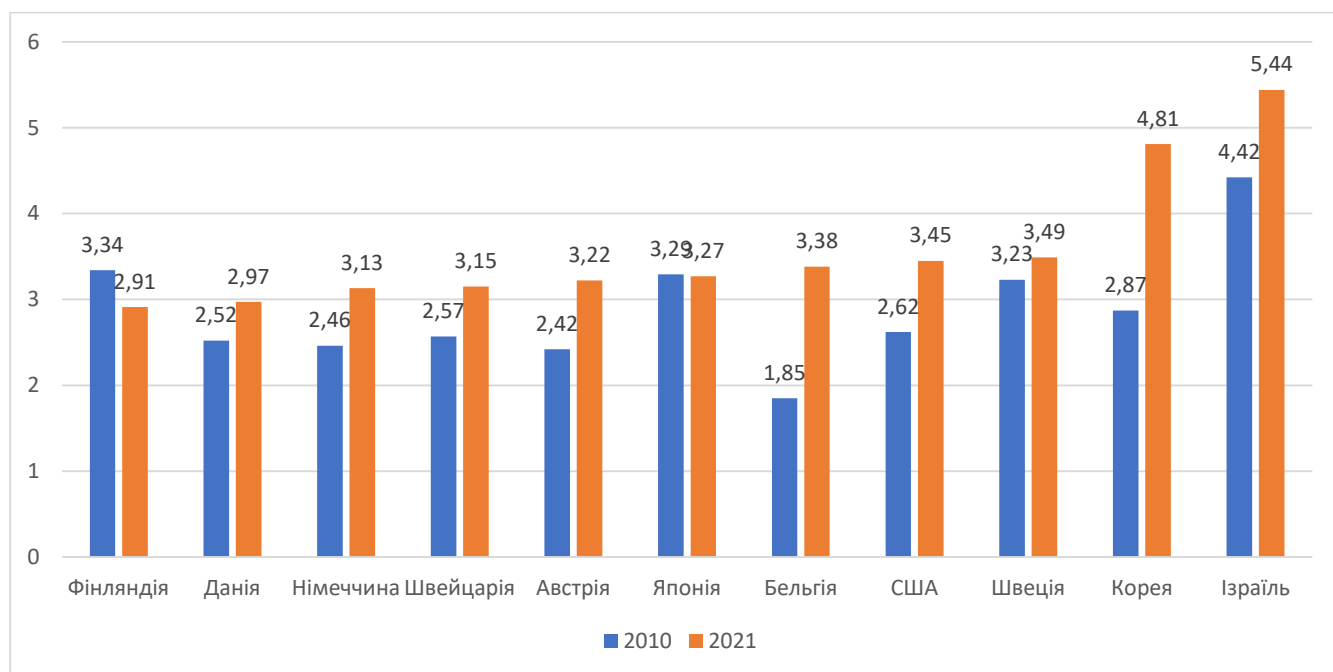


Рисунок 2.4 - Внутрішні витрати на НДДКР, відсотків ВВП

Джерело: складено автором за даними [60]

Асигнування державного бюджету на НДДКР показано на рис. 2.5. Як бачимо, США витрачає на розвиток інновацій навіть більше, ніж сумарно витрачають країни ЄС.

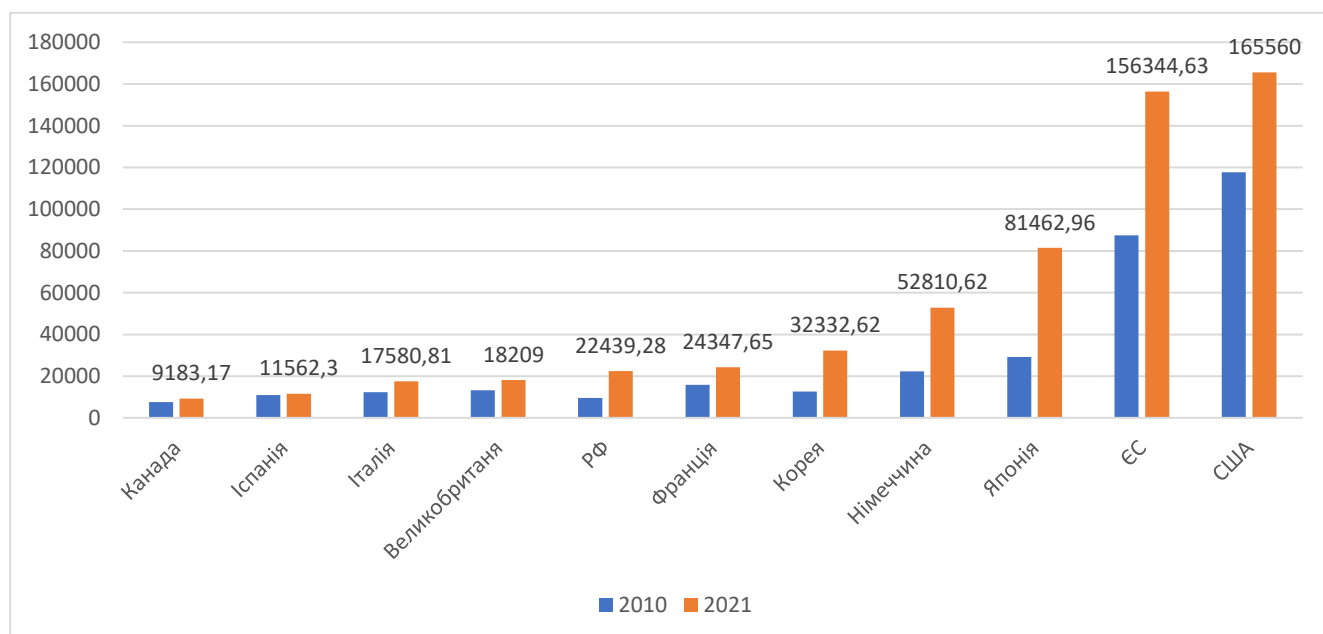


Рисунок 2.5 – Асигнування державного бюджету на НДДКР, млн. дол. США

Джерело: складено автором за даними [60]

Сполучені Штати не мають спеціалізованого документа, який би визначав напрямок інноваційної політики. Це свідчить про те, що держава має підтримувати лише факторні ресурси в інноваційній сфері. Проте все може змінитися, адже зараз місце у конфлікті з Америкою за технологічну першість Японія передала Китаю. Зараз Китай перегнав США у багатьох напрямках інноваційної економіки, одним із яких є кількість патентів, поданих вченими країни. Також важливо наголосити на тому, що більша кількість досліджень в Америці стосуються сфери національної безпеки, в той час як китайські вчені займаються передусім комерційними замовленнями, що сильно впливає на розвиток економіки.

Сучасна наука США містить у собі низку елементів, які гарантують швидкий розвиток. Незважаючи на те, що Сполучені Штати не мають спеціалізованого документа, який би визначав напрямок інноваційної політики, можна виділити три взаємопов'язані ланки, які відповідають за наукові дослідження в рамках інноваційного процесу [61]. Першим із елементів державної інноваційної концепції можна назвати університети, багато з яких охоплюють лідируючі місця у світових рейтингах. З-поміж них, виділяють три навчальні заклади - Стенфордський і Гарвардський університети, Массачусетський науково-технічний інститут та інші. Більшість досліджень у сфері фундаментальної та прикладної науки зосереджена безпосередньо тут. Інститути Сполучених Штатів Америки мають великі матеріальні бази і ґрунтовні фінансові фонди, а також знаходять фінансування на наукові дослідження від муніципального сектора.

Другим компонентом системи є Державні лабораторії, великі інститути, що спеціалізуються на будь-яких напрямках практичної науки. Наприклад, у Лос-Аламоській лабораторії було відкрито атомну бомбу. Крім того, у Сполучених штатах Америки існують так звані «thinktanks» – науково-експериментальні організації, що спеціалізуються як на базових, так і практичних дослідженнях. Яскравим прикладом такої компанії є стратегічний дослідницький центр RAND Corporation, який обслуговує інтереси американських муніципальних відомств.

Третій елемент американської науково-інноваційної системи - це сучасні кластери, що історично сформувалися на території США в останні пару десятиліть, ключове завдання яких полягає в мотивації інститутів, науково-дослідних центрів, а також компаній на розробку та комерціалізацію інноваційних технологій. Такі кластери, як правило, утворюються на основі територіальної концентрації спеціалізованих постачальників та виробників, пов'язаних технологічним ланцюжком.

Світова практика показує, що безпосередня взаємодія науки і бізнесу, особливо на ранніх стадіях його розвитку, сприятливо позначається на розвитку фірми, це дозволяє грамотно врахувати інтереси споживача, зробити правильний акцент на певні галузі розвитку будь-якої організації. Крім усього іншого, у США винятково високу активність виявляють малі інноваційні компанії. Цьому сприяє наявність спеціальних державних програм підтримки таких фірм та доступність венчурного капіталу – основного джерела коштів.

Як бачимо, можна сказати, що США є одним із лідерів розвитку інноваційної економіки. Це і є причиною високої привабливості США у якості місця дислокації провідних технологічних компаній (рис. 2.6).

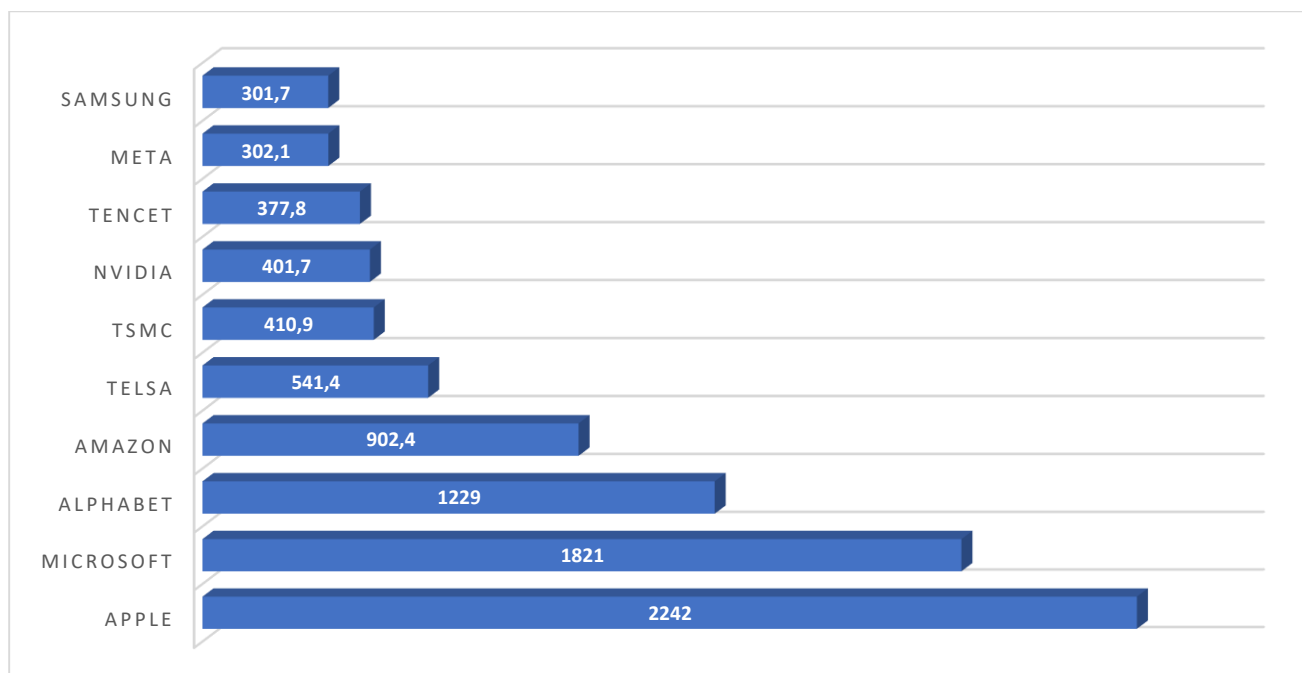


Рисунок 2.6 – Технічні компанії з найвищою капіталізацією, млрд. дол. США

Джерело: складено автором за даними [62]

Як бачимо, з 10 найбільших компаній сектору 7 розміщені в США, що свідчить про надзвичайно високу привабливість Сполучених Штатів Америки як місця роботи технологічних компаній. Загалом, за останні десятиліття США стали головним центром інновацій, на їхній розвиток витрачається значна кількість коштів, і саме вони сьогодні відіграють вирішальну роль у забезпеченні здатності американської економіки до зростання. На думку багатьох експертів, інновації в США є головним джерелом підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності продуктів і послуг на міжнародному ринку. Інновації в США є ключовим фактором розвитку економіки, визначаючи її конкурентоспроможність та здатність до зростання.

Інновації є важливим фактором формування конкурентоспроможності США на міжнародному ринку. Інноваційні технології дозволяють створювати нові продукти та послуги, що мають вищу якість та ефективність, порівняно з традиційними. Крім того, інновації дозволяють підвищити ефективність процесів виробництва та зменшити витрати на них, що робить продукти США більш конкурентноздатними на міжнародному ринку. Понад те, інноваційні технології допомагають розвивати нові ринки та забезпечують стаке зростання попиту на продукцію та послуги.

Інновації в США стали ключовим фактором розвитку економіки не лише завдяки інвестиціям у науку та технології, а й завдяки активному сприянню уряду. Уряд США активно підтримує наукові дослідження та розробки, надає фінансову та іншу допомогу інноваційним підприємствам, та забезпечує сприятливі умови для розвитку бізнесу та інновацій.

Окрім цього, надзвичайно важливу роль відіграє доступність капіталу для технологічних компаній, адже ринок венчурного капіталу США є одним з найбільших та найбільш розвинених в світі. Він є ключовим джерелом фінансування для стартапів та інноваційних підприємств, які не мають достатньої кількості власних коштів для забезпечення свого розвитку. На ринку венчурного капіталу США станом на 2021 рік діяли понад 750 венчурних капіталовкладників -

венчурних фондів, які збирають кошти від інвесторів та інвестують їх у стартапи та інноваційні підприємства. Вартість венчурних інвестицій, зроблених цими фондами, перевищує 330 мільярдів доларів США [63]. Венчурні капіталовкладники зазвичай вкладають свої кошти в обмін на частку в компанії та очікують на отримання прибутку у разі успішного виходу компанії на ринок або продажу її акцій.

Ринок венчурного капіталу США має великий вплив на економіку країни, оскільки він допомагає створювати нові робочі місця та підтримує інновації та технологічний прогрес. Крім того, ринок венчурного капіталу США є джерелом інвестицій для іноземних компаній та стартапів, що розширює міжнародний вплив цього ринку. За останні кілька років венчурні інвестори з США активно збільшують обсяги вкладень в такі сектори, як штучний інтелект, блокчейн, криптовалюти та біотехнології. Такі напрямки є особливо привабливими для венчурних капіталовкладників, оскільки вони можуть принести великий прибуток в майбутньому.

Слід розуміти, що ринок венчурного капіталу США є конкурентним та ризикованим, оскільки не всі стартапи успішно досягають своїх цілей та приносять прибуток венчурним капіталовкладникам. Проте, з іншого боку, венчурний капітал є важливим джерелом фінансування для інноваційних підприємств, які можуть стати на шляху до успіху та великої рентабельності.

Окреслені фактори і роблять бізнес-середовище в США одним з найбільш привабливих для стартапів та інноваційних підприємств у світі, та підтримують створення нових технологій та продуктів, які можуть значно покращити якість життя та допомогти вирішити різноманітні проблеми.

2.3 Бізнес-середовище США як фактор глобальної конкурентоспроможності американського бізнесу

Як було визначено в попередніх параграфах даного розділу, на бізнес-середовище США впливають численні фактори, які і визначають особливості функціонування окремих підприємств на американському ринку. Здійснимо PEST-аналіз для того, щоб визначити, якого саме впливу зазнають компанії, що функціонують на американському ринку (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – PEST-аналіз бізнес-середовища США

Політичні	Економічні
• Зміни в законодавстві щодо оподаткування, що можуть вплинути на бізнес-стратегію та фінансову стійкість підприємств. • Напружені відносини з деякими країнами, що може призвести до зміни в обсязі міжнародної торгівлі та зменшення експортного попиту на продукцію. • Система голосування та виборчі права, які можуть вплинути на стійкість та стабільність політичної ситуації. • Політика щодо міграції, яка може вплинути на робочу силу та культурний склад населення.	• Наслідки пандемії COVID-19 та її вплив на економіку країни, включаючи збільшення безробіття та скорочення доходів населення. • Рівень інфляції та процентні ставки, які впливають на вартість кредитування та фінансову діяльність підприємств. • Значний розрив у багатстві та доходах населення, що може призвести до зміни споживчих пріоритетів та поведінки. • Стан економіки та його вплив на споживчу активність, зокрема на обсяги продажу товарів та послуг. • Залежність від зовнішньої торгівлі.
Соціальні	Технологічні
• Зміна демографічного складу населення та зростання кількості людей похилого віку, що може вплинути на ринок продуктів та послуг, пов'язаних з охороною здоров'я та пенсійними фондами. • Технологічні зміни та інновації. • Зміни в поведінці споживачів та способах їх комунікації, зокрема зростання популярності онлайн-шопінгу та соціальних мереж.	• Розвиток штучного інтелекту та машинного навчання, які можуть вплинути на автоматизацію бізнес-процесів та підвищення ефективності виробництва. • Впровадження Інтернету речей (IoT) та його вплив на виробництво та послуги. • Розвиток кібербезпеки та забезпечення конфіденційності даних. • Впровадження нових технологій в енергетиці та їх вплив на екологічні проблеми та енергоефективність.

• Рівень освіти та культурні тенденції, які можуть вплинути на сприйняття та розуміння продуктів та брендів. • Зміна уявлень та цінностей населення.	
---	--

Джерело: складено автором

Як бачимо, в політичному аспекті, реформи в законодавстві, відносини з міжнародними партнерами та регулювання відносин між владою та бізнесом можуть мати суттєвий вплив на бізнес-середовище США. У економічному аспекті, ставлення до глобалізації, рівень безробіття, інфляція та інші економічні чинники можуть вплинути на конкурентоспроможність та доходи підприємств. Соціальні фактори, такі як зміни в споживчих вимогах, демографічні тенденції та зміни в поведінці споживачів, також можуть вплинути на бізнес-середовище. Технологічні зміни, включаючи розвиток штучного інтелекту, Інтернету речей та кібербезпеки, можуть відкривати нові можливості для розвитку бізнесу, але також можуть створювати нові виклики.

Загалом, ризики та можливості в бізнес-середовищі США залежать від різних факторів. Інновації та нові технології можуть допомогти компаніям залишатися конкурентоспроможними, але підприємства також повинні бути готовими до можливих змін у законодавстві, політичних та економічних умовах та споживчих вимогах. Компанії, які можуть адаптуватися до змін, можуть виявитися успішнішими в бізнес-середовищі США.

Відповідно, на внутрішню конкурентоспроможність американських компаній впливають наступні фактори:

1. Позитивні фактори:

- Інновації та технології. Американський бізнес відомий своїми передовими технологіями та інноваційними рішеннями, що допомагає підприємствам залишатись конкурентоспроможними в глобальному масштабі.
- Гнучкість та швидкість реагування на зміни. Американські компанії вміють швидко реагувати на зміни у своєму секторі та

адаптуватись до нових умов, що дозволяє їм зберігати конкурентну перевагу.

- Кваліфіковані робітники. Американська робоча сила має високий рівень кваліфікації та професійну підготовку, що допомагає підприємствам досягати високої продуктивності та ефективності.

2. Негативні фактори:

- Високі витрати. Вартість праці та життя в США досить висока, що збільшує загальні витрати підприємств та знижує їхню конкурентоспроможність в порівнянні з компаніями з інших країн.
- Податки. Система оподаткування в США є складною та має високі ставки, що знижує прибуток компаній та знижує їхню конкурентоспроможність.
- Регулювання. Американські компанії також стикаються зі значною кількістю регулювань та обмежень, що може знизити їхню конкурентоспроможність, зокрема в порівнянні з компаніями з країн з меншим рівнем регулювання.
- Низький рівень освіти та навчання. Незважаючи на високу якість підготовки фахівців у деяких галузях, у США є проблема низького рівня освіти та навчання в деяких сегментах ринку праці, що може стати перешкодою для конкурентоспроможності американського бізнесу в цих галузях.
- Віддаленість від ринків. Американські компанії, особливо ті, що зосереджені на виробництві товарів, можуть стикатися з проблемами віддаленості від ключових ринків збуту, що може вплинути на їхню конкурентоспроможність [64, с. 4-7].

Отже, можна зробити висновок, що американський бізнес має певні конкурентні переваги, такі як передові технології та інновації, гнучкість та швидкість реагування на зміни, а також кваліфіковану робочу силу. Однак, він також стикається зі значною кількістю викликів та негативних факторів, таких як

високі витрати, складна система оподаткування та регулювання, низький рівень освіти та навчання, а також віддаленість від ключових ринків збуту.

На глобальному ринку американські компанії демонструють стійкі та стабільно високі позиції. Проведемо SWOT-аналіз, який дозволить визначити, який вплив має бізнес-середовище на конкурентоспроможність американського бізнесу (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – SWOT-аналіз бізнес-середовища США

Сильні сторони	Слабкі сторони
• Великий внутрішній ринок з високою купівельною спроможністю споживачів. • Високий рівень інновацій та технологічного розвитку у більшості галузей. • Велика кількість висококваліфікованих працівників та доступ до високоякісної освіти та наукових досліджень. • Сильна позиція на світовому ринку, що дозволяє експортувати товари та послуги у більшість країн світу. • Гнучкість та легкість у створенні нових підприємств та здійсненні бізнесу.	• Високий рівень державного боргу та фінансового дефіциту. • Високі витрати на охорону здоров'я та низька якість медичних послуг для деяких груп населення. • Нерівність доходів та бідність, особливо серед етнічних меншин. • Високий рівень конкуренції на більшості ринків. • Погана інфраструктура та високі витрати на транспорт, що можуть ускладнити бізнес-операції.
Можливості	Загрози
• Розвиток нових технологій та інновацій в більшості галузей, що відкриває нові можливості для бізнесу. • Розширення внутрішнього ринку завдяки зростанню населення та збільшенню доходів. • Розширення глобального ринку завдяки укладенню нових торгових угод з іншими країнами. • Розвиток галузей зеленої енергетики та екології.	• Геополітичні напруження та конфлікти з іншими країнами, що можуть погіршити умови торгівлі та інвестицій. • Погіршення стану економіки, спричинене непередбачуваними факторами, такими як світова пандемія тощо. • Високий рівень регулювання та оподаткування, що може знизити конкурентоспроможність бізнесу та зменшити інвестиційний притік.

• Розвиток інфраструктури та транспорту, що сприятиме зручності та швидкості бізнес-операцій та підвищить конкурентоспроможність країни.	• Зменшення популярності американського бренду та падіння попиту на американські товари в інших країнах. • Ризик загострення проблем, пов'язаних зі зміною клімату та екологічними кризами, що може призвести до значних економічних та соціальних наслідків.
--	--

Джерело: складено автором

На основі проведеного SWOT-аналізу бізнес-середовища США можна зробити декілька висновків.

- По-перше, США мають багаті природні ресурси та високий рівень технологічного розвитку, що сприяє розвитку високотехнологічних галузей та забезпечує конкурентоспроможність країни на світовому ринку.
- По-друге, США мають дуже високий рівень конкуренції в бізнес-середовищі, що стимулює компанії до інновацій та підвищення ефективності своєї діяльності.
- По-третє, США мають досить розвинену інфраструктуру та транспортну мережу, що дозволяє швидко та зручно здійснювати бізнес-операції та зменшує витрати на логістику.
- По-четверте, США також стикаються зі значними загрозами, такими як геополітичні напруження, непередбачувані економічні фактори, високий рівень регулювання та оподаткування, загострення проблем, пов'язаних зі зміною клімату та екологічними кризами, а також зменшення популярності американського бренду.

Отже, на основі SWOT-аналізу можна зробити висновок, що США є досить конкурентоздатною країною з високим рівнем технологічного розвитку та розвиненою інфраструктурою, але стикається зі значними загрозами, які можуть вплинути на розвиток бізнесу та економіки в цілому.

Як вже зазначалось, бізнес-середовище США можна описати як одне з найбільш конкурентоспроможних у світі. США мають потужну економіку з

великою кількістю підприємств різного розміру та галузей. Держава має один з найбільших ВВП у світі, високий рівень науково-технічного потенціалу, розвинену інфраструктуру та велику кількість висококваліфікованих фахівців. Також США мають дуже стійку систему банківських послуг, що сприяє фінансуванню підприємств. Слід зазначити, що в країні працює провідна фондова біржа – Нью-Йорська, на якій підприємства можуть залучати додаткові кошти.

Інший важливий фактор - це наявність системи прав та законодавства, яка захищає інтелектуальну власність та сприяє виконанню контрактів, що забезпечує високий рівень захисту прав підприємців та їх власності. Також у країні є розвинена система науково-дослідних робіт та інновацій, що сприяє розвитку нових технологій та підвищенню конкурентоспроможності американського бізнесу. У США є багато високотехнологічних компаній, що розробляють нові технології та випускають інноваційні продукти. Також США мають стабільну політичну систему, що забезпечує досить високий рівень надійності та передбачуваності управління, а ефективна система протидії корупції стимулює ділову активність та інвестиції в економіку.

Загалом, бізнес-середовище США є досить сприятливим для підприємництва та створення нових бізнесів. Можна констатувати той факт, що саме комплекс описаних факторів і дозволяє американським підприємствам ефективно працювати, розвиватись та виходити на зарубіжні ринки. Звісно, проблеми у вигляді високих податків не дозволяють конкурувати з дешевою продукцією країн Азії, проте наявні в країні сильні бренди та статус країни-лідера світової економіки частково нівелюють ці проблеми.

Підсумовуючи, можна говорити про те, що саме бізнес-середовище США є ключовим фактором конкурентоспроможності американських підприємств, адже компанії отримують захист від держави, доступ до найпотужнішої фінансової системи світу, передових технологій та розвиненого ринку праці. В таких умовах підприємець чи СЕО комфортно себе почуває, що дозволяє йому зосередитись на вдосконаленні бізнес-моделі, розвитку та розширенню потужностей тощо, що і є важливою конкурентною перевагою в умовах невизначеності.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА США

3.1 Можливості та виклики американського бізнесу в сучасних умовах

Як було визначено в попередньому розділі, американське бізнес-середовище на сьогодні є доволі сприятливим для бізнесу, хоча і має деякі проблеми, які певним чином ускладнюють життя компаніям, що функціонують на даному ринку. Розглянемо детальніше виклики та можливості, що постають перед компаніями на ринку Сполучених Штатів Америки.

Серед викликів можна назвати наступні:

- Регулювання. Уряд США доволі часто змінюється, що тягне за собою зміни в законодавстві та правилах, які впливають на діяльність бізнесу. Необхідно слідкувати за змінами в законодавстві, вести справи відповідно до правил і регулювань, щоб уникнути санкцій та штрафів.
- Технологічна залежність. Американський бізнес значно залежить від технології та інтернету. В разі відмови чи виникнення проблем із мережею, компанії можуть втратити доступ до своїх даних, програмного забезпечення та інших ресурсів.
- Більшість компаній стикаються зі складними фінансовими умовами: високі рентабельність та швидкий ріст дивідендів, високі тарифи на інвестиції та високі кредитні ризики.
- Глобальна пандемія COVID-19: Пандемія спричинила суттєві зміни в економіці та вимагає від бізнесу зміни стратегій та відповідей. Компанії повинні адаптуватися до нових умов, шукати нові можливості та шляхи збереження бізнесу в умовах кризи.

- Недостатня кількість кваліфікованих робочих кадрів. Багато компаній стикаються з проблемою знаходження робітників, які мають необхідні навички та знання для виконання робіт. Це може вплинути на розвиток бізнесу та знизити продуктивність компаній.

Як бачимо, сучасний американський бізнес стикається зі значними викликами. Найбільші з них - це зміни в регуляторному середовищі, конкуренція на ринку, недостатність кваліфікованих робочих кадрів та проблеми зі сталим розвитком та інноваціями.

Для того, щоб забезпечити сталий розвиток та зберегти конкурентоспроможність, американські компанії повинні постійно адаптуватися до змін, вдосконалювати свої процеси та вивчати нові технології. Важливо також забезпечити відповідну оплату праці, зберегти робочі місця та розвивати нові, а також дбати про збереження довіри споживачів та репутації компаній. Для успішного вирішення цих викликів більшість американських компаній приймають рішення співпрацювати з урядом та громадським сектором, залучати експертів з різних галузей та взаємодіяти зі споживачами та іншими стейкхолдерами.

Крім цього, можна виокремити й інші виклики, що суттєво впливають на діяльність компаній, що діють на американському ринку:

- Конкуренція на ринку внутрішнього споживання та експорту;
- Негативні наслідки глобалізації для американських компаній;
- Розбалансованість в зовнішньоекономічному співробітництві;
- Підвищення вимог споживачів та зміна трендів;
- Вплив політичних та економічних факторів.

Розглянемо їх більш детально.

Конкуренція на американському ринку внутрішнього споживання та експорту є досить великою, оскільки США є однією з найбільших економік у світі. Конкуренція на внутрішньому ринку залежить від багатьох факторів, таких як ціни, якість товарів, маркетингові стратегії, обсяги виробництва та розподіл ресурсів.

Щодо експорту, США конкурують з іншими країнами в світі, такими як Китай, Японія, Німеччина та інші. Конкуренція на ринку експорту залежить від

багатьох чинників, включаючи геополітичну ситуацію, технологічний рівень виробництва, митні бар'єри, торгові домовленості тощо.

З метою збільшення конкурентоспроможності, США регулярно розробляє різноманітні програми та стратегії, спрямовані на розвиток внутрішнього споживання та підтримку експорту. Наприклад, програма «Made in America» [65] пропагує вживання американських товарів та послуг серед населення країни, а програма «National Export Initiative» [66] сприяла збільшенню експорту американських товарів та послуг за кордон.

Глобалізація має як позитивні, так і негативні наслідки для американських компаній. Ось деякі з найбільш очевидних негативних наслідків:

1. Високі витрати на міжнародну експансію. Для того, щоб конкурувати на світовому ринку, компанії мають інвестувати в міжнародну експансію. Це може призвести до великих витрат на рекламу, маркетинг, дослідження та розробку, що можуть знизити прибутковість компанії.
2. Втрата робочих місць. Глобалізація може призвести до втрати робочих місць в США, оскільки компанії можуть переміщувати виробництво в країни з низькими зарплатами та витратами на виробництво. Це може мати негативний вплив на американську економіку та спричинити соціальні та політичні наслідки.
3. Культурна адаптація. Компанії, що працюють в різних країнах, повинні адаптуватися до місцевих культур та мов, що може призвести до складнощів у взаємодії з місцевими партнерами та клієнтами.
4. Валютні ризики. Глобалізація призводить до того, що компанії мають справу з більшою кількістю валют та міжнародними фінансовими операціями, що може призвести до валютних ризиків та зниження прибутковості компанії.
5. Загрози кібербезпеці. Глобалізація призводить до збільшення кількості цифрових та мережевих зв'язків, що може зробити компанії більш уразливими до кібератак та інших кіберзагроз.

Усі ці фактори можуть мати негативний вплив на успішність американських компаній. Проте, з іншого боку, глобалізація може створювати нові можливості для компаній, такі як доступ до нових ринків, збільшення кількості клієнтів та можливість зменшення витрат на виробництво.

Ще одним викликом для американського бізнесу, особливо для компаній, які залежать від експорту своїх товарів та послуг, є розбалансованість в зовнішньоекономічному співробітництві Америки, тобто різниця між вартістю експорту та імпорту товарів та послуг. У більшості випадків це вказує на те, що країна імпортує більше товарів та послуг, ніж експортує, що може призвести до дисбалансу в платіжному балансі.

У разі Сполучених Штатів Америки, розбалансованість в зовнішньоекономічному співробітництві проявляється у великому дефіциті торгівлі товарами. За даними Бюро економічного аналізу, в січні 2023 році дефіцит торгівлі товарами становив більше 68 мільярдів доларів США, що означає, що США імпортували більше товарів, ніж експортували [67].

Одним з факторів, що призводить до розбалансованості в зовнішньоекономічному співробітництві Америки, є висока залежність від імпортування енергоресурсів та інших сировинних матеріалів. Також, низький рівень експорту з США пов'язаний зі зменшенням конкурентоспроможності виробів, зокрема, на фоні високих заробітних плат та вартості ресурсів у країні.

Зменшення експорту може призвести до скорочення виробництва та зайнятості в підприємствах, що впливає на доходи компаній та економіку країни в цілому. Крім того, розбалансованість може призвести до зменшення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку, оскільки компанії можуть змушені збільшувати ціни на свої товари та послуги, щоб компенсувати витрати на імпорт сировини та інших матеріалів.

Щоб зменшити вплив розбалансованості на бізнес, компанії можуть шукати нові ринки для своїх товарів та послуг, щоб збільшити свій експорт, або розвивати більш ефективні методи виробництва, щоб знизити витрати на імпорт матеріалів.

Крім того, компанії можуть відстежувати зміни в зовнішньоекономічних умовах та адаптувати свою стратегію під нові реалії ринку.

Державні органи також можуть допомогти бізнесу в боротьбі з розбалансованістю, шляхом введення заходів, які стимулюють експорт, таких як зниження мит на експортні товари або фінансування програм підтримки експорту. Крім того, державні органи можуть сприяти розвитку внутрішнього виробництва матеріалів, що може знизити залежність від імпорту та поліпшити рівень конкурентоспроможності на зовнішньому ринку.

Іншим важливим викликом для американського бізнесу є підвищення вимог споживачів та зміна трендів, оскільки споживачі все більше стають уважнішими до якості продуктів, їхньої безпеки, впливу на довкілля та соціальну відповідальність компаній.

Одним із головних трендів є зростання інтересу споживачів до здорового способу життя, що впливає на споживання продуктів, таких як органічні продукти, безглютенові та інші, що задовольняють вимоги здорової харчування. Бізнес повинен бути готовим до змін в споживанні та виробництві продуктів, щоб задовольняти ці вимоги. Крім того, зростає увага до екологічних проблем, тому компанії повинні бути готові до впровадження стандартів та рішень, які сприяють збереженню навколишнього середовища та розвитку сталого виробництва. Також компанії повинні враховувати вимоги соціальної відповідальності, що включає в себе дотримання прав працівників, боротьбу з корупцією та сприяння соціальному розвитку.

Ще один важливий тренд - це розвиток технологій та їх вплив на спосіб, якими споживачі отримують інформацію про продукти та послуги. Це ставить відповідні вимоги до розробки інтернет-маркетингу та цифрових медіа-стратегій компаній. Взагалі вимоги споживачів та зміна трендів можуть також викликати зміну відносин між бізнесом та споживачами. Зростає важливість комунікації зі споживачами та їхньої участі в процесі розробки продуктів та послуг. Компанії повинні бути готові до діалогу зі споживачами та приймати до уваги їхні потреби та відгуки.

Водночас зміна трендів та вимог споживачів може також відкривати нові можливості для бізнесу. Наприклад, зростаючий інтерес до здорового способу життя може відкривати ринки для нових продуктів та послуг. Компанії, які зможуть пристосуватися до змін, матимуть перевагу на ринку та зможуть збільшити свою конкурентоспроможність.

Аналіз впливу політичних та економічних факторів на американський бізнес був проведений в попередньому розділі за допомогою інструменту PEST-аналізу, тому тут обмежимось узагальненням його результатів. Аналіз дозволив стверджувати, що політичні та економічні фактори мають значний вплив на американський бізнес. Істотні зміни в законодавстві щодо оподаткування, регулювання діяльності, імміграції та глобалізації можуть суттєво впливати на ефективність та прибутковість бізнесу. Бізнес-лідери та інвестори повинні ретельно вивчати політичну та економічну ситуацію, щоб адаптуватися до змін і використовувати нові можливості. В цілому, успіх американського бізнесу залежить від здатності підприємців та компаній пристосовуватися до змін у політичному та економічному середовищі.

Розглянувши виклики, що постають перед американським бізнесом, окреслимо можливості, що відкриваються перед компаніями, що працюють на ньому або планують на нього вийти. Частково вони були описані в попередньому розділі при проведенні SWOT-аналізу, однак в тому випадку розглядалось бізнес-середовище загалом, тоді як в даному підрозділі ми зосередимось на можливостях власне бізнесу.

Отже, як було визначено в попередньому розділі, американський бізнес має значний потенціал в сучасних умовах завдяки багатому досвіду в розвитку та впровадженні інноваційних технологій, високій кваліфікації працівників та доступу до значних фінансових ресурсів.

Основні можливості для американського бізнесу включають в себе наступні (рис. 3.1).

Розвиток інноваційних технологій

- США має сильну наукову та технологічну базу, яка дозволяє підприємствам розробляти та впроваджувати нові інноваційні технології. Такі технології можуть забезпечити конкурентну перевагу та допомогти зайняти провідні позиції на ринку.

Розвиток цифрових технологій

- Американський бізнес має сильну експертизу в цифрових технологіях, таких як штучний інтелект, машинне навчання, блокчейн та інші. Ці технології дозволяють створювати нові продукти та послуги, покращувати процеси та знижувати витрати.

Розвиток зеленої енергетики

- Зелена енергетика стає все більш популярною в світі, а США має значний потенціал у розробці та впровадженні зелених технологій. Це може стати не тільки екологічною, але й економічно вигідною галуззю.

Розвиток глобальної торгівлі

- Американські компанії мають можливість вести бізнес на ринках по всьому світу, що дозволяє їм отримувати додаткові прибутки та займати провідні позиції на глобальному ринку.

Розвиток фінансових технологій

- Американський фінансовий сектор вже зараз є найпотужнішим в світі, а використання нових технологій в цьому секторі дозволить лише розвинути дану перевагу.

Розвиток електронної комерції

- Завдяки високій швидкості Інтернету та зручному способу оплати електронна комерція стала дуже популярною в США та по всьому світу. Американські компанії можуть використовувати цей тренд, щоб займати провідні позиції на ринку.

Розвиток соціальної відповідальності бізнесу

- Сьогодні споживачі все більше орієнтуються на етичність та соціальну відповідальність компаній, з якими вони співпрацюють. Американські компанії можуть використовувати цей тренд, щоб розвивати свій бренд-імідж та залучати більше клієнтів.

Розвиток галузей, пов'язаних з демографічними змінами

- За останні роки США переживає демографічні зміни, такі як старіння населення та зростання етнічних меншин. Ці зміни можуть стати можливостями для бізнесу в галузях, які пов'язані зі здоров'ям старшого населення, культурними потребами етнічних меншин тощо.

Рисунок 3.1 – Можливості компаній, що працюють на ринку США

Джерело: розроблено автором

Загалом, американський бізнес має потенціал для розвитку в багатьох різних галузях завдяки своїм технологічним, фінансовим та людським ресурсам, а також доступу до глобального ринку. Однак, успіх залежить від здатності підприємств адаптуватися до економічної та соціальної обстановки, що швидко змінюється, а також ефективно використовувати нові технології та підтримувати етичні та соціальні стандарти.

Відповідно, досягти успіху на ринку США можливо за допомогою наступних стратегій поведінки:

- Адаптація до змін;
- Розвиток інфраструктури та використання новітніх технологій;
- Ефективне управління ресурсами та фінансами;
- Створення нових продуктів та розвиток нових ринків;
- Розвиток міжнародної співпраці та глобальної експансії.

Розглянемо дані стратегії більш детально.

Гнучкість та інновації є ключовими складовими успішного розвитку бізнесу в сучасних умовах. Щоб зберегти конкурентну перевагу, американські компанії повинні бути гнучкими та здатними швидко адаптуватися до змін на ринку. Один з способів забезпечення гнучкості - це забезпечення широкого спектру продуктів та послуг, які можуть використовуватися в різних сферах. Також важливо мати гнучку структуру компанії, що дозволить швидко реагувати на зміни на ринку.

Інновації є необхідною умовою для успіху на ринку. Великі компанії повинні постійно розробляти нові продукти та послуги, які відповідають потребам споживачів. Це може бути досягнуто через регулярні інвестиції в дослідження та розробки, а також шляхом залучення талановитих співробітників з різних галузей. Наприклад, компанії можуть працювати зі стартапами, що мають нові ідеї, технології та методи.

Розвиток інфраструктури та використання новітніх технологій є важливою стратегією для забезпечення ефективності та продуктивності бізнесу. Інфраструктура може включати в себе будівлі, транспорт, комунікації та інші

фактори, які дозволяють компанії ефективно працювати. Розвиток інфраструктури може забезпечити компанії доступ до нових ринків та збільшити її конкурентоспроможність.

Новітні технології також грають важливу роль у розвитку бізнесу. Використання новітніх технологій може допомогти збільшити продуктивність та ефективність роботи, зменшити витрати та покращити якість продукту. Наприклад, впровадження робототехніки та автоматизації виробничих процесів може забезпечити більш точність та швидкість виробництва, а використання штучного інтелекту може допомогти підвищити якість обслуговування та оптимізувати процеси.

Ефективне управління ресурсами та фінансами є однією з ключових стратегій для забезпечення успішного розвитку бізнесу. Компанії повинні мати чітке розуміння своїх ресурсів та бути здатними ефективно використовувати їх для досягнення стратегічних цілей. Це може бути досягнуто через ретельне планування та моніторинг використання ресурсів.

Крім того, ефективне управління фінансами є ключовим фактором успіху бізнесу. Компанії повинні здійснювати стратегічне фінансове планування та регулярний моніторинг фінансових результатів. Важливо бути готовим до змін на ринку та вживати необхідні заходи для забезпечення фінансової стабільності компанії.

Створення нових продуктів та розвиток нових ринків є важливими стратегіями для забезпечення довгострокового успіху бізнесу. Компанії повинні бути здатними прогнозувати потреби споживачів та реагувати на них, шляхом розробки нових продуктів або розширенням асортименту наявних. Для цього можуть використовуватись новітні технології, дослідження ринку та здійснення маркетингових досліджень. Наприклад, компанії можуть створювати нові продукти, що відповідають потребам екологічно свідомих споживачів, або впроваджувати нові технології в наявні продукти.

Розвиток нових ринків також може забезпечити додаткові можливості для компаній. Це може бути досягнуто шляхом розширення географії продажів або

впровадження продуктів на нових ринках. Для цього компанії можуть використовувати стратегії маркетингу, такі як партнерські програми та рекламні кампанії.

Розвиток міжнародної співпраці та глобальної експансії є ще однією важливою стратегією для забезпечення успішного розвитку бізнесу. Міжнародна співпраця може допомогти компаніям забезпечити доступ до нових ресурсів, ринків та технологій. Компанії можуть використовувати різні форми співпраці, такі як стратегічні партнерства, франчайзинг, спільні підприємства та інші.

Глобальна експансія може забезпечити компаніям доступ до нових ринків та можливостей для розвитку. Для цього необхідно ретельно вивчити місцеві умови та законодавство, а також враховувати культурні особливості різних регіонів. Крім того, компанії повинні дотримуватись етичних принципів та стандартів в країнах, де вони діють, щоб уникнути негативних наслідків для свого бренду та репутації.

При розвитку міжнародної співпраці та глобальної експансії компанії повинні забезпечувати ефективне управління ресурсами та фінансами. Це може бути досягнуто шляхом використання інноваційних фінансових інструментів, таких як блокчейн-технології, електронні платежі та інші. Крім того, компанії повинні ретельно вивчати місцеві податки та законодавство, щоб уникнути негативних наслідків для своїх фінансів.

Отже, розвиток гнучкості та інновацій, розвиток інфраструктури та використання новітніх технологій, ефективне управління ресурсами та фінансами, створення нових продуктів та розвиток нових ринків, а також розвиток міжнародної співпраці та глобальної експансії - це важливі стратегії для забезпечення успішного розвитку американського бізнесу в сучасних умовах.

Компанії повинні використовувати ці стратегії відповідно до своїх потреб та можливостей, а також ретельно вивчати місцеві умови та законодавство, щоб уникнути негативних наслідків для свого бізнесу. Крім того, компанії повинні ретельно вивчати ринок та споживачів, щоб забезпечити свій успіх на довгостроковій перспективі.

3.2 Перспективи виходу українських компаній на ринок США

Ринок США є одним з найбільших і найважливіших ринків у світі. Українські компанії мають приділяти особливу увагу цьому ринку, оскільки він пропонує безліч можливостей для розвитку бізнесу та підвищення конкурентоспроможності:

- Ринок США є надзвичайно великим і забезпечує високу попит на різноманітні товари та послуги. За даними Міжнародного валютного фонду, США мають найбільший ВВП у світі, який становить близько 23 трлн доларів [68]. Це створює гарні можливості для українських компаній експортувати свої товари і послуги на цей ринок, забезпечуючи стабільний прибуток та зростання виробництва.
- Ринок США має дуже високий рівень технологічного розвитку, що створює можливості для українських компаній отримати доступ до передових технологій та знань. Ринок США залучає значні інвестиції у науку та технології, що дозволяє компаніям працювати з передовими технологіями та впроваджувати їх у свої проекти.
- Ринок США є дуже конкурентним та вимагає від компаній високої якості продукту і послуги. Це може дозволити українським компаніям покращити якість своїх продуктів та послуг, що сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності на міжнародному ринку.
- США мають дуже розвинену систему інтелектуальної власності, що дозволяє українським компаніям захистити свої технології та інновації, що є важливим чинником для їх розвитку та успіху на міжнародному ринку.
- США мають велику кількість іноземних інвесторів, які зацікавлені в інвестуванні в українські компанії. Розширення бізнесу на ринку

США може забезпечити додаткові інвестиції, що сприятиме розвитку та зростанню українських компаній.

Можна стверджувати, що ринок США, незважаючи на його географічну віддаленість від України, є дуже важливим для українських компаній у зв'язку з його великим розміром, високим рівнем технологічного розвитку та розвиненою системою інтелектуальної власності. Він також пропонує можливості для розвитку бізнесу, експорту товарів та послуг, а також отримання інвестицій. Тому українські компанії повинні розглядати США як важливий простір для свого розвитку та успіху на міжнародній арені.

Вихід на нові ринки є важливим етапом для розвитку бізнесу в сучасному світі. Як було визначено вище, американський ринок є одним з найбільших у світі і може надати великі переваги для українських компаній. У той же час, вхід на американський ринок не є легким завданням і супроводжується значними викликами. Окреслимо потенційні переваги та виклики для українських компаній, що входять на американський ринок (рис. 3.2)

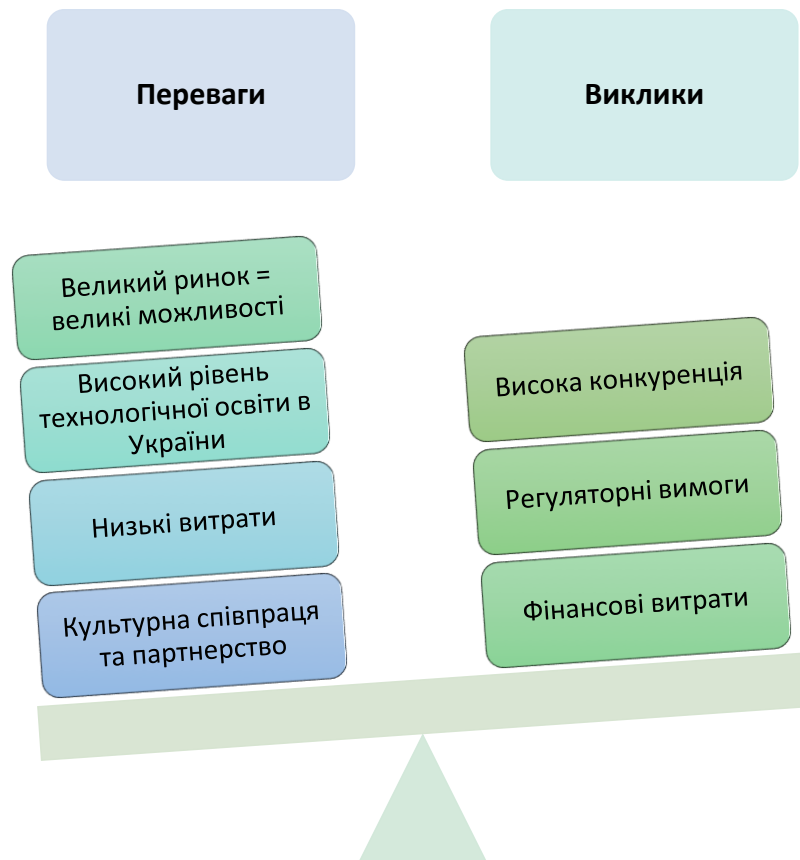


Рисунок 3.2 – Переваги та труднощі виходу українських компаній на ринок США

Джерело: розроблено автором

Ключовими перевагами українських компаній є низькі витрати та висока кваліфікація фахівців, особливо в технічних галузях, що дозволяє говорити про можливість вітчизняних підприємств створювати інноваційні технології та рішення, які можуть зацікавити американський ринок та успішно на ньому працювати. Низькі витрати дозволяють пропонувати свої послуги за більш доступними цінами, що залучить нових клієнтів та допоможе отримати конкурентну перевагу на ринку. Великий об'єм американського ринку свідчить про те, що українські компанії можуть скористатися великим попитом на свої товари та послуги та забезпечити стійкий розвиток на довгостроковій основі. Нарешті, американська культура є зрозумілою для українських підприємств, що може допомогти українським компаніям легше пристосуватися до американської культури та сприйняття їхніх товарів та послуг. Також, багато українців вивчають англійську мову, що дозволяє легше спілкуватися з американськими партнерами та клієнтами.

Окремо слід зауважити, що між Україною та США з 2008 року діє Хартія про стратегічне партнерство, яка була оновлена в 2021 році [69]. На жаль, на відміну від схожих договорів про двосторонні партнерські відносини між Україною та, наприклад, Великою Британією, ЄС чи іншими країнами, в даному документі мова йде передусім про політичні рішення та питання безпеки, в той час як торгівельне співробітництво оминається увагою. Тим не менш, торгівельні відносини, серед яких підтримка та розвиток українського експорту та взаємний доступ до товарів та послуг, регулюються численними угодами, які підписані за роки незалежності нашої держави [70], тому обидві країни надають підтримку компаніям, що бажають вийти на ринок іншої з них.

Отже, вхід на американський ринок може бути важким, проте він може принести значний успіх для українських компаній. Для досягнення успіху на ринку,

українські компанії повинні мати глибокі знання про американську культуру та бізнес-екосистему, бути готовими до конкуренції з місцевими компаніями та мати достатні ресурси для входу на ринок. Також, вони повинні відповідати всім регуляторним та юридичним вимогам США та мати достатні фінансові ресурси для розвитку бізнесу на ринку.

Окремо слід окреслити внутрішні українські проблеми, які гальмують українсько-американське співробітництво і вихід українських підприємств на американські ринки, серед яких головними є, звичайно, війна, а також корупція, судова система, недоліки державного регулювання та інші.

Корупція є серйозним проблемою в Україні, яка заважає ефективному функціонуванню бізнесу та підприємництва. Корупційні дії можуть призвести до несправедливого конкурентного середовища, що перешкоджає розвитку підприємств і знижує їх конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Відповідно для американських підприємств співпраця з українськими часто зупиняється на етапі традиційних для України «відкатів», які руйнують справедливу ринкову конкуренцію. Більш того, корупція може знижувати якість товарів та послуг, що пропонуються на ринку, що далеко не сприяє успішному входженню українських підприємств на американські ринки, адже, якщо на внутрішньому ринку підприємство може мати гарні позиції за рахунок нечесної конкуренції, побудованої на корупційних схемах, то при виході на ринок США воно стикається з ефективною моделлю ринкової економіки, де подібні методи просто не діють. Подібні прецеденти суттєво підривають довіру до українського виробника та створюють серйозні труднощі навіть чесним компаніям.

Судова система в Україні також має свої проблеми, що ускладнюють взаємодію між українськими та американськими компаніями. Судові реформи, які планувались до проведення ще з часів президентства Віктора Ющенка, і досі не реалізовані, а суди часто виносять незрозумілі рішення, які викликають широке обговорення в суспільстві. Основними проблемами судової системи в Україні є:

- Низька ефективність судів. Процедури можуть займати багато часу, що збільшує витрати на юридичні послуги та знижує ефективність правосуддя.
- Відсутність засади прецеденту. Українська судова система не має принципу прецеденту, що означає, що судді не зобов'язані враховувати рішення, винесені у попередніх подібних справах. Це може призвести до нестабільності правосуддя та відсутності передбачуваності вирішення спорів для іноземних фізичних та юридичних осіб.
- Низька довіра до судів. Українські громадяни та бізнес-спільнота мають низьку довіру до судової системи. Це може відлякувати іноземних інвесторів та підприємства від входу на український ринок.
- Відсутність механізмів захисту прав іноземних інвесторів. Українська судова система не завжди забезпечує ефективний захист прав іноземних інвесторів. Це може бути проблемою для американських підприємств, які входять на український ринок та інвестують в Україну.

Недоліки державного регулювання також можуть гальмувати розвиток бізнесу та співробітництва між Україною та США. Недостатня прозорість і непередбачуваність законодавства, а також процедури відбору постачальників можуть також стати на заваді українським компаніям, що намагаються вийти на американський ринок. Також проблемою може стати відсутність ефективних програм підтримки та стимулювання експорту та інвестицій, що може гальмувати зусилля українських компаній щодо входу на американський ринок.

Звісно ж, на сьогодні основною проблемою для українського бізнесу та американських інвесторів є війна, яка є величезним ризиком. Український бізнес суттєво постраждав від війни, втрачена матеріальна база багатьох підприємств, які знаходилися на окупованих територіях, частина з неї повністю зруйнована. Водночас після завершення війни українські компанії отримають гарну можливість виходу на ринок США, де Україна вже здійснює активну експортну діяльність до

США, зокрема, в галузі харчової та хімічної промисловості. Однак, для підвищення обсягів експорту, необхідні зусилля з боку українських компаній щодо вдосконалення виробничих технологій та якості продукції. Також важливо активно вивчати та впроваджувати найновіші технології та розробки для забезпечення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

У сфері військово-промислового комплексу можна очікувати зростання співпраці між українськими та американськими підприємствами щодо виробництва та модернізації обладнання, а також розробки та виробництва спецтехніки. Україна має значний потенціал у цій галузі завдяки досвіду виробництва раніше радянських зразків військової техніки та власним сучасним розробкам.

У сфері ІТ можна очікувати подальшого зростання інвестицій українських компаній, які вже мають успішний досвід роботи з американськими клієнтами. Також можна очікувати зростання кількості спільних проектів та створення спільних підприємств для розробки програмного забезпечення та інших ІТ-рішень.

У сфері ПЕК можна очікувати зростання співпраці між українськими та американськими компаніями щодо розробки та виробництва альтернативних джерел енергії та енергоефективних технологій. Україна має значний потенціал у галузі відновлюваної енергетики, зокрема, у сфері виробництва сонячних панелей, вітроенергетики та біопалива.

Створення спільних підприємств та проектів може сприяти підвищенню ефективності виробництва, зменшенню витрат на науково-дослідну роботу та виробництво, а також забезпеченню доступу до найновіших технологій та ринків збуту. Однак, для успішної реалізації спільних проектів необхідно підвищувати якість менеджменту, забезпечувати взаємодію між підприємствами та урядовими органами обох країн, а також враховувати культурні та юридичні особливості кожної країни.

Україна та США мають багато спільних інтересів та потенціалу для співробітництва в різних галузях, які можуть сприяти економічному зростанню обох країн. Важливо продовжувати підтримувати діалог та розвивати партнерство

між Україною та США для досягнення спільних цілей та успіху у міжнародній спільноті.

Ключовим питанням при виході на іноземний ринок є вибір відповідної стратегії, яка дозволить ефективно реалізувати підприємству його конкурентні переваги. Існує кілька стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок:

1. Експорт. Підприємство може виробляти свої товари чи послуги відповідно до вимог зовнішнього ринку і продавати їх через експортних посередників, таких як дистриб'ютори, агенти та торгові посередники. Це найбільш розповсюджена стратегія виходу на зовнішній ринок.
2. Франчайзинг. Підприємство може відкривати філії та ресторани в інших країнах шляхом укладення договорів про франчайзинг з місцевими підприємцями. Ця стратегія використовується, коли підприємство має успішну бізнес-модель та надійний бренд.
3. Спільні підприємства. Підприємство може укласти договори з місцевими компаніями про створення спільного підприємства, яке буде виробляти та продавати товари чи послуги на зовнішніх ринках. Ця стратегія використовується, коли підприємство має обмежені ресурси або знання про зовнішній ринок.
4. Прямі інвестиції. Підприємство може вкладати свої кошти у створення власних підприємств на зовнішніх ринках. Ця стратегія використовується, коли підприємство має великий потенціал для розвитку на зовнішньому ринку, може використовувати власні технології та знання про цей ринок, і має достатні фінансові ресурси для здійснення інвестицій. Прямі інвестиції можуть бути вигідні, оскільки підприємство отримує повний контроль над виробництвом та дистрибуцією своїх товарів чи послуг, а також може отримувати більш високий рівень прибутку [71, с. 89-92].

Вибір конкретної стратегії виходу на зовнішній ринок залежить від різних факторів, таких як рівень ризику, обсяг інвестицій, розмір цільового ринку,

культурні та правові аспекти. Перед прийняттям рішення про вибір стратегії виходу на зовнішній ринок, підприємство повинно провести детальний аналіз своїх можливостей та потенційного ринку, щоб забезпечити успіх своєї міжнародної діяльності.

Відповідно, для українських підприємств найбільш підходять такі стратегії, як прямий експорт, створення спільних підприємств або прямі інвестиції, адже для франчайзингу в Україні відсутні настільки сильні бренди, щоб могли дозволити собі вийти на ринок США зі своєю пропозицією. Якщо говорити про конкретне функціонування на ринку, а не про присутність продукції, то оптимальним варіантом, на нашу думку, є пошук партнерів та створення спільних підприємств. Особливо вигідним це видається для підприємств видобувного та переробного сектору, агропромислових та машинобудівних підприємств. Відкриття подібних підприємств може допомогти українській компанії швидко отримати доступ до американського ринку та залучити нових клієнтів. Це також може забезпечити відповідний рівень знань та досвіду для успішного вступу на американський ринок. Іншим варіантом є відкриття філії в США, яке дозволить компанії мати прямий доступ до американських клієнтів, а також забезпечити більш ефективний контроль над бізнесом.

Загалом, для того, щоб успішно вийти на американський ринок, українські компанії повинні мати добре розроблену стратегію виведення продуктів на ринок та аналізувати особливості споживачів та ринку США. Однак вихід на ринок не гарантує успішного закріплення на ньому та отримання стабільного прибутку. Для цього українським компаніям, що планують працювати на ринку США необхідно дотримуватися деяких принципів та виконувати певні умови.

Однією з найважливіших умов є розуміння ринку та його потреб. Перед виходом на американський ринок компанії повинні провести дослідження ринку та зрозуміти, які товари та послуги будуть популярні серед американських споживачів. Також, компанії мають виконувати всі необхідні правові вимоги, що стосуються роботи з США, включаючи реєстрацію у відповідних державних органах.

Для того, щоб бути конкурентноздатними на ринку США, українські компанії повинні також забезпечувати високу якість своїх товарів та послуг. Критично важливо мати якісний продукт або послугу, які будуть відповідати стандартам якості та вимогам американських споживачів. Крім цього, необхідно вести активну діяльність щодо вдосконалення своїх продуктів та послуг, вивчати нові технології та відповідати на зміни в потребах ринку. Не менш важливо мати конкурентоспроможну ціну своєї продукції або послуг. Ціна повинна бути на рівні з аналогічними продуктами та послугами на ринку США, інакше конкуренція може бути зависокою, що знівелює шанси на успіх.

Для успішного розвитку на ринку США, компанії повинні також забезпечувати ефективний маркетинг та просування своїх товарів та послуг. Вони повинні знати, як рекламувати свій бренд, використовувати соціальні мережі та інтернет-маркетинг для залучення нових клієнтів. Компанії повинні розуміти, які канали маркетингу є найбільш ефективними для їх цільової аудиторії, як правильно позиціонувати свій бренд на ринку США, і як ефективно використовувати різні маркетингові інструменти, такі як соціальні мережі, SEO, рекламні кампанії, та інші.

Поряд з цим важливо володіти якісними комунікаційними та міжкультурними навичками. Компанії мають знати, як ефективно комунікувати з американськими партнерами, клієнтами та колегами, дотримуватися місцевих культурних та етикетних норм. Компанії повинні розуміти американську ментальність та спосіб життя, щоб забезпечити ефективну комунікацію зі своїми клієнтами.

Українські компанії мають бути готовими до міжнародної конкуренції та повинні розробити міжнародну стратегію, яка дозволить їм відрізнитися від інших гравців на ринку Сполучених Штатів Америки. Компанії можуть зосередитися на розробці унікальних продуктів та послуг, покращенні клієнтського обслуговування, залученні нових технологій та багато іншого.

Розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства передбачає постановку та вирішення цілого комплексу завдань:

- Загальні завдання та безпосередньо специфічні - зовнішньоекономічні;
- Для оцінки ресурсного потенціалу підприємства – виробничі, фінансові, управлінські, кадрові тощо;
- Виявлення тенденцій на внутрішньому ринку та ринку США;
- Розмежування завдань на довгострокову перспективу та програмні проекти.

Комплексний аналіз конкретного підприємства, визначення можливостей та загроз на новому ринку дозволять керівництву визначити ймовірність, доцільність та потенціал функціонування компанії на ринку США.

Отже, українські компанії мають непогані перспективи виходу на ринок США, адже володіють цілим рядом конкурентних переваг – низькими витратами, високим рівнем кваліфікації працівників, нижчим рівнем цін на продукцію тощо. Це, в поєднанні з великим об'ємом американського ринку та державною підтримкою, дозволяє говорити про високий потенціал українських компаній та гарні можливості їх успішного виходу та закріплення на ринку США. Для цього підприємствам слід мати ретельно розроблену стратегію, якісний товар з прийнятною ціною, ефективну маркетингову кампанію та якісні комунікації з усіма групами стейкхолдерів. Виконання цих умов дозволить українським компаніям гідно долати високу конкуренцію на американському ринку та забезпечить їх ефективне функціонування.

ВИСНОВКИ

В результаті дослідження бізнес-середовища США було отримано наступні висновки.

1. Ділове, або бізнес-середовище – це сукупність зовнішніх чинників, які впливають діяльність функціонуючих суб'єктів підприємництва. Також можна виділити дві основні характеристики ділового середовища: по-перше, ділове середовище пов'язане з факторами зовнішнього середовища, що впливають на організацію, по-друге, має ключовий вплив на здатність підприємців вести свою діяльність. При цьому інвестиційна привабливість, ефективність взаємодії бізнесу та влади, а також конкурентність середовища є визначальними факторами розвитку ділового середовища.

2. Зовнішнє та внутрішнє бізнес-середовище формуються широким спектром факторів, знання та розуміння яких допомагає компаніям адаптуватися до змін та розробляти стратегії, які забезпечують їхній успіх. Наприклад, компанія, яка розуміє зміни в потребах та смаках споживачів, може розробити продукт або послугу, яка відповідає цим змінам та стати конкурентоспроможною на ринку. Крім того, знання внутрішніх факторів допомагає компаніям оптимізувати свої процеси та збільшити ефективність.

В умовах економічної нестабільності фактори бізнес-середовища можуть викликати кардинально різний ефект, призвівши як до зростання, так і до зменшення підприємницької активності. Тому для успішної діяльності будь-якої організації в умовах сучасної глобалізованої економіки необхідно значну увагу приділяти аналізу бізнес-середовища та бути готовим адаптуватись до змін.

3. США є однією з найбільш розвинутих та інноваційних економік у світі, з високим рівнем технологічної розвиненості, доступом до капіталу та ринку праці, та великою кількістю можливостей для розвитку бізнесу. Водночас бізнес-середовище США також є дуже конкурентним, з високим рівнем регулювання та бюрократії, що може створювати виклики для підприємств. Крім того, питання соціальної відповідальності та стійкого розвитку стають все більш важливими для бізнесу в США. У цілому, структура бізнес-середовища США є досить стабільною

та динамічною, і вимагає від підприємств постійної адаптації до змін та викликів, які виникають на ринку.

4. Привабливість бізнес-середовища США зумовлюється численними факторами, серед високорозвинена економіка, стійкий фінансовий сектор, захист з боку держави, розгалужена інфраструктура, доступність висококваліфікованих кадрів, ліберальна правова система, широкий ринок тощо. Особливо привабливим американське ділове середовище є для технологічних компаній. За останні десятиліття США стали головним центром інновацій, на їхній розвиток витрачається значна кількість коштів, і саме вони сьогодні відіграють вирішальну роль у забезпеченні здатності американської економіки до зростання. На думку багатьох експертів, інновації в США є головним джерелом підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності продуктів і послуг на міжнародному ринку. Інновації в США є ключовим фактором розвитку економіки, визначаючи її конкурентоспроможність та здатність до зростання.

Інновації є важливим фактором формування конкурентоспроможності США на міжнародному ринку. Інноваційні технології дозволяють створювати нові продукти та послуги, що мають вищу якість та ефективність, порівняно з традиційними. Крім того, інновації дозволяють підвищити ефективність процесів виробництва та зменшити витрати на них, що робить продукти США більш конкурентоздатними на міжнародному ринку. Інноваційні технології також допомагають розвивати нові ринки та забезпечують стаке зростання попиту на продукцію та послуги.

Можна стверджувати, що на сьогодні саме інновації є ключовою складовою формування та розвитку бізнес середовища США. Національна наукова та технологічна політика держави сприяє інноваційному розвитку. Державні та приватні організації вкладають значні кошти в дослідження та розвиток нових технологій. Компанії, такі як Google, Apple, Amazon, та Facebook, що базуються в США, постійно створюють нові технології та інноваційні продукти, що робить їх конкурентоспроможними на глобальному рівні.

5. Нині США завдяки своєму розвиненому бізнес середовищу є однією з провідних країн у світі за глобальною конкурентоспроможністю. Це відбивається в розміщенні світових лідерів науково-технічного розвитку та інноваційних компаній, таких як Microsoft, Tesla, IBM, та інші, на території США. Бізнес-середовище США стимулює зростання економіки та розвиток підприємництва, що дозволяє американським компаніям бути конкурентоспроможними на міжнародному ринку.

Можна стверджувати, що саме бізнес-середовище США є ключовим фактором конкурентоспроможності американських підприємств, адже компанії отримують захист від держави, доступ до найпотужнішої фінансової системи світу, передових технологій та розвиненого ринку праці. В таких умовах підприємець чи CEO комфортно себе почуває, що дозволяє йому зосередитись на вдосконаленні бізнес-моделі, розвитку та розширенню потужностей тощо, що і є важливою конкурентною перевагою в умовах невизначеності.

6. Американський бізнес має значний потенціал в сучасних умовах завдяки багатому досвіду в розвитку та впровадженні інноваційних технологій, високій кваліфікації працівників та доступу до значних фінансових ресурсів. В таких умовах перед компаніями, що функціонують на американському ринку, постають численні можливості, які пов'язані з розвитком інноваційних та цифрових технологій, зеленої енергетики, глобальної торгівлі та електронної комерції, фінансових технологій тощо. Успіх їх функціонування залежить від здатності підприємств адаптуватися до економічної та соціальної обстановки, що швидко змінюється, а також ефективно використовувати нові технології та підтримувати етичні та соціальні стандарти.

Однак, американський бізнес також стикається зі значними викликами. Найбільші з них - це зміни в регуляторному середовищі, конкуренція на ринку, недостатність кваліфікованих робочих кадрів та проблеми зі сталим розвитком та інноваціями. Щоб забезпечити сталий розвиток та зберегти конкурентоспроможність, американські компанії повинні постійно адаптуватися до змін, вдосконалювати свої процеси та вивчати нові технології. Важливо також

забезпечити відповідну оплату праці, зберегти робочі місця та розвивати нові, а також дбати про збереження довіри споживачів та репутації компаній. Для успішного вирішення цих викликів більшість американських компаній приймають рішення співпрацювати з урядом та громадським сектором, залучати експертів з різних галузей та взаємодіяти зі споживачами та іншими стейкхолдерами.

7. Вихід українських компаній на ринок США може бути важливим кроком для їхнього розвитку та забезпечення доступу до нових можливостей. Для цього важливо дотримуватись всіх законів, що діють на ринку США, а також вивчити місцевий ринок та знайти своє місце серед конкурентів. Ключовими перевагами українських компаній є низькі витрати, які дозволяють пропонувати свої послуги за більш доступними цінами, а також висока кваліфікація працівників. Великий об'єм американського ринку свідчить про те, що українські компанії можуть скористатися великим попитом на свої товари та послуги та забезпечити стійкий розвиток на довгостроковій основі.

Водночас на сьогодні існує ряд проблем, що гальмують українсько-американське співробітництво і вихід українських підприємств на американські ринки, серед яких головними є, звичайно, війна, а також корупція, судова система, недоліки державного регулювання та інші. Вони призводять до зниження конкурентоспроможності українських підприємств на глобальних ринках, сповільнюють їх розвиток та міжнародну експансію, суттєво впливають на привабливість України в очах міжнародних інвесторів та створюють негативний імідж вітчизняним компаніям.

Основною проблемою для українського бізнесу та американських інвесторів на сьогодні є війна, однак, після її завершення українські компанії отримають гарну можливість виходу на ринок США, особливо у сферах військової промисловості, інформаційних технологій та паливно-енергетичного комплексу. Створення спільних підприємств та проектів може сприяти підвищенню ефективності виробництва, зменшенню витрат на науково-дослідну роботу та виробництво, а також забезпеченню доступу до найновіших технологій та ринків збуту. Однак, для успішної реалізації спільних проектів необхідно підвищувати

якість менеджменту, забезпечувати взаємодію між підприємствами та урядовими органами обох країн, а також враховувати культурні та юридичні особливості кожної країни.

8. Для успішного входження на американський ринок важливо мати якісну стратегію та ретельно вивчити конкурентів та місцеві закони та норми, а також мати готовність до великої конкуренції та високих витрат на рекламу та маркетинг. Оптимальним варіантом виходу на ринок США для українських компаній є пошук партнерів та створення спільних підприємств, альтернатива полягає у відкритті філії в США, яке дозволить компанії мати прямий доступ до американських клієнтів, а також забезпечити більш ефективний контроль над бізнесом. Для успішного функціонування підприємствам слід мати ретельно розроблену стратегію, якісний товар з прийнятною ціною, ефективну маркетингову кампанію та якісні комунікації з усіма групами стейкхолдерів. Виконання цих умов дозволить українським компаніям гідно долати високу конкуренцію на американському ринку та забезпечить їх ефективне функціонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Porter M. E. Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors. New York : Free Press, 1980. 396 p.
2. Global and transnational business: strategy and management / C. David et al. Wiley & Sons, Incorporated, John, 2015.
3. Boone L. E., Kurtz D. L. Contemporary business. Wiley & Sons, Incorporated, John, 2016. 656 p.
4. Ferguson C. E., El-Dirghami A., Churchill G. A. Marketing research: methodological foundations. *Journal of marketing research*. 1977. Vol. 14, no. 1. P. 131. URL: <https://doi.org/10.2307/3151081> (date of access: 13.03.2023).
5. McGuire J. W., Davis K., Blomstrom R. L. Business and its environment. *Administrative science quarterly*. 1966. Vol. 11, no. 3. P. 504. URL: <https://doi.org/10.2307/2391174> (date of access: 13.03.2023).
6. Britton C., Worthington I. The business environment. Trans-Atlantic Publications, 1994. 350 p.
7. Hulleman W., Marijs A. J. Economics and the business environment. *Economics and Business environment*. 2019. P. 11–22. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003021834-1> (date of access: 13.03.2023).
8. Мельник М. І. Класифікація бізнес-середовища : системний підхід. *Регіональна економіка*. 2008. № 2. С. 251–260.
9. Сардак С. Е. Управління розвитком бізнесу в умовах глобалізації економіки. *Європейський вектор економічного розвитку : зб. наук. праць*. 2009. № 2. С. 154–159.
10. Острякова А. Ф. Влияние элементов бизнес-среды на развитие инновационного предпринимательства. *УЭКС*. 2013. № 10 (58). С. 12–14.
11. Нікитенко Д. В. Інвестиційна сприятливість бізнес-середовища як чинник інвестиційної безпеки. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 18. С. 114–120.

12. Business Environment. World Bank Group - International Development, Poverty, & Sustainability. URL: <https://www.worldbank.org/en/cpf/india/what-we-work/competitiveness-jobs/business-environment> (date of access: 13.03.2023).
13. Яновська С. Г. Соціально-економічні та психологічні ознаки підприємництва. *Збірник наукових праць "Проблеми сучасної психології"*. 2013. № 21.
14. Goncharenko O. Саморегулювання господарської діяльності: питання теорії та практики. LLC "Publishing house "Internauka", 2016. URL: <https://doi.org/10.25313/978-96697817-4-1> (дата звернення: 13.03.2023).
15. Орлова К. Управління бізнесом : підручник. Житомир : Держ. ун-т "Житом. політехніка", 2019. 319 с.
16. Набока Ю. Бізнес-середовище: характеристика, структура, розвиток, діагностика. *Економічний простір*. 2018. № 138. С. 192–200.
17. Багорка М. О., Кадирус І. Г., Юрченко Н. І. Дослідження та аналіз факторів середовища підприємства. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2022. № 4. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-4-04-02> (дата звернення: 13.03.2023).
18. Вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на ефективність роботи підприємств / И. В. Воловельская та ін. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 60. URL: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i60.121348> (дата звернення: 13.03.2023).
19. Лященко Р. Дослідження впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємницької структури та результати господарської діяльності. *Схід*. 2001. № 3. С. 28–31.
20. De Moor A., Weigand H. Business negotiation support: theory and practice. *International negotiation*. 2004. Vol. 9, no. 1. P. 31–57. URL: <https://doi.org/10.1163/1571806041262106> (date of access: 13.03.2023).
21. Korennaya K. A. The conceptual basis of strategic and operational management of industrial enterprises in conditions of instability. *Bulletin of the south ural state*

- university. ser. computer technologies, automatic control & radioelectronics. 2021. Vol. 21, no. 2. P. 167–172. URL: <https://doi.org/10.14529/ctcr210216> (date of access: 13.03.2023).
- 22.Garg A. K., Phaahla P. N. Factors affecting the business performance of small businesses in sekhukhune. *Journal of economics and behavioral studies*. 2018. Vol. 10, no. 4(J). P. 54–67. URL: [https://doi.org/10.22610/jebbs.v10i4\(j\).2407](https://doi.org/10.22610/jebbs.v10i4(j).2407) (date of access: 13.03.2023).
- 23.Hron J. Strategy related factors of business entity structure and behaviour. *Agricultural economics (zemědělská ekonomika)*. 2012. Vol. 51, No. 11. P. 481–488. URL: <https://doi.org/10.17221/5142-agricecon> (date of access: 13.03.2023).
- 24.Нестеренко В., Осьмірко І., Синиця Т. Актуальні аспекти аналізу фінансово-економічної діяльності підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2021. № 26. С. 79. URL: <https://doi.org/10.30977/ppb.2226-8820.2021.26.79> (дата звернення: 13.03.2023).
- 25.Drucker P. F. The practice of management. London : Heinemann, 1961. 399 p.
- 26.Porter M. E. Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors. New York : Free Press, 1998. 396 p.
- 27.Мартиненко М. М. Основи менеджменту : підруч. для студентів ВНЗ. Київ : Каравела, 2008. 496 с.
- 28.Економічна статистика / Зовнішньоекономічна діяльність. *Державна служба статистики України*. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm (дата звернення: 13.03.2023).
- 29.Єдиний державний реєстр міжнародних організацій, членом яких є Україна - Набори даних - Портал відкритих даних. *Головна сторінка - Data.gov.ua*. URL: <https://data.gov.ua/dataset/89ea21a9-e0bf-4cac-a05e-c3da6e63d360/resource/eccd8762-2184-4fb3-8e73-6a491528d03d> (дата звернення: 13.03.2023).

30. Didukh S., Novikova O. Digitalization of business in the context of inclusive development. *Black sea economic studies*. 2020. No. 59. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.59-20> (date of access: 13.03.2023).
31. Сардак С. Е. Еволюція поглядів на зміст і роль людських ресурсів у суспільному поступі. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 12 (138). С. 132–139.
32. Про підприємництво. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12> (дата звернення: 13.03.2023).
33. Стаднік І. В. Зміст та види державного втручання в економіку. *Збірники наукових праць професорсько-викладацького складу ДонНУ імені Василя Стуса*. 2021. С. 91–93.
34. Teslenok I. M., Peretokina-Pichkhaia N. V. Assessment of the impact of business environment factors on the company that provides individual clothes tailoring service. *Efektivna ekonomika*. 2019. No. 11. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.74> (date of access: 13.03.2023).
35. Stoica O., Roman A., Rusu V. D. The nexus between entrepreneurship and economic growth: a comparative analysis on groups of countries. *Sustainability*. 2020. Vol. 12, no. 3. P. 1186. URL: <https://doi.org/10.3390/su12031186> (date of access: 13.03.2023).
36. Gross domestic product, fourth quarter and year 2022 (second estimate) | U.S. bureau of economic analysis (BEA). *U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA)*. URL: <https://www.bea.gov/news/2023/gross-domestic-product-fourth-quarter-and-year-2022-second-estimate> (date of access: 19.03.2023).
37. United States GDP - 2022 Data - 2023 Forecast - 1960-2021 Historical - Chart - News. *TRADING ECONOMICS | 20 million INDICATORS FROM 196 COUNTRIES*. URL: <https://tradingeconomics.com/united-states/gdp> (date of access: 19.03.2023).
38. GDP (current US\$) - United States | Data. *World Bank Open Data | Data*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=US> (date of access: 19.03.2023).
39. About the CARES Act and the Consolidated Appropriations Act. *U.S. Department of the Treasury*. URL: <https://home.treasury.gov/policy-issues/coronavirus/about-the-cares-act> (date of access: 19.03.2023).

- 40.S&P 500. Гугл Фінанси.
URL: <https://www.google.com/finance/quote/.INX:INDEXSP?sa=X&ved=2ahUKEwjZ4Y2en-j9AhUOrosKHZWdA-YQ3ecFegQIJBAG&window=5Y> (date of access: 19.03.2023).
- 41.ФРС підвищить ставки на двох наступних засіданнях, а потім візьме паузу. *Економічна правда*. URL: <http://surl.li/fpchp> (дата звернення: 19.03.2023).
- 42.Байден прокоментував крах банків SVB і Signature: назвав банківську систему безпечною. *Новини України - останні новини України сьогодні - УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/bayden-prokomentuvav-krah-bankiv-svb-i-signature-nazvav-bankivsku-sistemu-bezpechnoyu-12177984.html> (дата звернення: 19.03.2023).
- 43.Фокус Р. Ефект доміно: як падіння банків у США вплине на долар, світову економіку та Україну. *ФОКУС*. URL: <https://focus.ua/uk/economics/555473-efekt-domino-yak-padinnya-bankiv-u-ssha-vpline-na-dolar-svitovu-ekonomiku-ta-ukrajinu> (дата звернення: 19.03.2023).
- 44.Semiannual report to congress. *Small business administration*. URL: <https://www.sba.gov/document/report-semiannual-report-congress> (date of access: 19.03.2023).
- 45.Five areas of government regulation of business. *Small Business - Chron.com*. URL: <https://smallbusiness.chron.com/five-areas-government-regulation-business-701.html> (date of access: 19.03.2023).
- 46.Мединська Т. Дискреційні фіскальні заходи для подолання кризи. *Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики* : зб. тез доп. IV Міжнар. науково-практ. конф., м. Мукачєво. 2022. С. 176–179.
- 47.Митропан С. О. Світовий досвід державного регулювання підприємництва. *Вісник КНУТД. проблеми економіки, організації та управління підприємствами*. 2011. № 4. С. 163–168.
- 48.Гончарук Т. Зарубіжний досвід розвитку підприємницьких структур та можливості його використання в Україні. *Ефективна економіка*. 2017. № 9.

- 49.2022 was another record year for U.S. farm exports. *USDA*.
URL: <https://www.usda.gov/media/press-releases/2023/02/10/2022-was-another-record-year-us-farm-exports> (date of access: 19.03.2023).
- 50.U.S. manufacturing output 1997-2023. *Macrotrends | The Long Term Perspective on Markets*. URL: <https://www.macrotrends.net/countries/USA/united-states/manufacturing-output#:~:text=U.S.%20manufacturing%20output%20for%202021,a%206.26%%20increase%20from%202017>. (date of access: 19.03.2023).
- 51.Manufacturing sector output quarterly change U.S. 2022 | *statista*. *Statista*.
URL: <https://www.statista.com/statistics/217159/quarterly-percent-change-in-the-us-manufacturing-sector-output/> (date of access: 19.03.2023).
- 52.Congressional & official reporting. *Board of Governors of the Federal Reserve System*. URL: <https://www.federalreserve.gov/publications/congressional-and-official-reporting.htm> (date of access: 19.03.2023).
- 53.Topic: service sector of the U.S. *Statista*.
URL: <https://www.statista.com/topics/7997/service-sector-of-the-us/#topicOverview> (date of access: 19.03.2023).
- 54.United States Trade Statistics | WITS. *World Integrated Trade Solution (WITS) | Data on Export, Import, Tariff, NTM*.
URL: <https://wits.worldbank.org/countryprofile/en/> (date of access: 19.03.2023).
- 55.Economic news releases : U.S. bureau of labor statistics. *U.S. Bureau of Labor Statistics*. URL: <https://www.bls.gov/bls/newsrels.htm#OEUS> (date of access: 19.03.2023).
- 56.Мушеник І. Концепція інноваційного розвитку економіки США. *European science*. 2019. Sge10-02. С. 53–59. URL: <https://doi.org/10.30890/2709-2313.2022-10-02-004> (дата звернення: 19.03.2023).
- 57.World competitiveness rankings - IMD. *IMD business school*.
URL: <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness/> (date of access: 19.03.2023).

58. Global Innovation Index 2022 – Which are the most innovative countries. *WIPO - World Intellectual Property Organization*. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/ (date of access: 19.03.2023).
59. Grassano N. The 2021 EU Industrial RandD Investment Scoreboard. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2021.
60. Main science and technology indicators - OECD. *Home page - OECD*. URL: <https://www.oecd.org/science/msti.htm> (date of access: 19.03.2023).
61. Understanding the U.S. national innovation system, 2020. *Information Technology and Innovation Foundation* | *ITIF*. URL: <https://itif.org/publications/2020/11/02/understanding-us-national-innovation-system-2020/> (date of access: 19.03.2023).
62. Top 10 tech companies by market cap 2022 | Statista. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/1350976/leading-tech-companies-worldwide-by-market-cap/#:~:text=In%202022,%20Apple%20was%20the,also%20in%20the%20top%20t en.> (date of access: 19.03.2023).
63. Value of venture capital investment U.S. 2006-2021 | statista. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/277501/venture-capital-amount-invested-in-the-united-states-since-1995/> (date of access: 19.03.2023).
64. Akben-Selcuk E. Factors affecting firm competitiveness: evidence from an emerging market. *International journal of financial studies*. 2016. Vol. 4, no. 2. P. 9. URL: <https://doi.org/10.3390/ijfs4020009> (date of access: 20.03.2023).
65. Made in america. *Made in America*. URL: <https://www.madeinamerica.gov> (date of access: 27.03.2023).
66. National export initiative. *U.S. Department of State Archive*. URL: <https://2009-2017.state.gov/e/eb/cba/nei/index.htm> (date of access: 27.03.2023).
67. International Trade in Goods and Services | U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA). *U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA)*. URL: <https://www.bea.gov/data/intl-trade-investment/international-trade-goods-and->

[services#:~:text=The%20U.S.%20monthly%20international%20trade,imports%20increased%20more%20than%20exports.](#) (date of access: 27.03.2023).

68. Data catalog. *Data Catalog.*
 URL: <https://datacatalog.worldbank.org/search/dataset/0037712> (date of access: 27.03.2023).
69. Хартія стратегічного партнерства США - Україна. *U.S. Embassy in Ukraine.*
 URL: <https://ua.usembassy.gov/uk/u-s-ukraine-charter-on-strategic-partnership/> (дата звернення: 27.03.2023).
70. Угоди між США та Україною. *Державна підтримка українського експорту.*
 URL: http://ukrexport.gov.ua/ukr/ugodi_z_ukrain/?country=usa (дата звернення: 27.03.2023).
71. Polkovnychenko S., Yelchyshcheva I. Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок в умовах посилення євроінтеграційних процесів. *Problems and prospects of economic and management.* 2019. № 3 (19). С. 89–98.
 URL: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2019-3\(19\)-89-98](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2019-3(19)-89-98) (дата звернення: 28.03.2023)

ДОДАТОК А

Огляд зарубіжної літератури

1. Porter M. E. **Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors.** New York : Free Press, 1980. 396 p.

Porter, M. E. (1980) presents "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors," a book published by Free Press. In this influential work, Porter provides a framework for analyzing industries and competitors to develop effective competitive strategies. The book emphasizes the importance of understanding industry dynamics, competitive forces, and strategic positioning. Porter's insights and techniques help managers and organizations gain a competitive

advantage in their respective markets. With its comprehensive coverage and practical approach, "Competitive Strategy" remains a seminal resource for strategic management.

2. Drucker P. F. The practice of management. London : Heinemann, 1961. 399 p.

Drucker, P. F. (1961) presents "The Practice of Management," a book published by Heinemann. This influential work explores the principles and practices of effective management. Drucker emphasizes the importance of leadership, decision-making, and organizational structure, providing valuable insights into the art of management. With its comprehensive coverage of planning, organizing, motivating employees, and measuring performance, the book serves as a timeless resource for managers across various industries. "The Practice of Management" offers practical guidance and a solid foundation for understanding and implementing successful management strategies.

3. Porter M. E. Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors. New York : Free Press, 1998. 396 p.

Porter, M. E. (1998) authored "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors," a highly influential book published by Free Press. This seminal work offers a comprehensive framework for analyzing industries and competitors to develop effective competitive strategies. Porter introduces concepts such as the Five Forces model, which examines industry structure, competitive dynamics, and potential profitability. Through strategic analysis and practical insights, the book equips managers and strategists with the tools to understand market dynamics, identify sources of competitive advantage, and make informed strategic decisions. With its enduring relevance and practical approach, "Competitive Strategy" continues to be a cornerstone in the field of strategic management.

4. Grassano N. The 2021 EU Industrial R&D Investment Scoreboard. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2021.

Grassano, N. (2021) presents "The 2021 EU Industrial R&D Investment Scoreboard," a comprehensive report published by the Publications Office of the European Union. This authoritative publication offers a detailed analysis of research and development (R&D) investments made by European Union (EU) industries in the year 2021. The scoreboard provides valuable insights into the trends, patterns, and levels of R&D investment across various sectors within the EU. It serves as an essential resource for policymakers, researchers, and industry stakeholders interested in understanding the landscape of industrial R&D in the EU. By highlighting the key players, emerging technologies, and areas of focus, the scoreboard contributes to shaping effective policies and strategies to promote innovation and strengthen Europe's competitiveness on the global stage.

5. De Moor A., Weigand H. Business negotiation support: theory and practice. *International negotiation*. 2004. Vol. 9, no. 1. P. 31–57.

De Moor, A., and Weigand, H. (2004) delve into the realm of business negotiation support with their work titled "Business Negotiation Support: Theory and Practice." Published in the journal *International Negotiation*, this article explores the theoretical foundations and practical applications of negotiation support in the business context. The authors examine various approaches, techniques, and technologies that can assist negotiators in achieving favorable outcomes. By providing insights into the complexities of negotiation processes and offering guidance on utilizing support tools effectively, the article contributes to enhancing the understanding and implementation of negotiation strategies in real-world business scenarios.

6. **Boone L. E., Kurtz D. L. Contemporary business. Wiley & Sons, Incorporated, John, 2016. 656 p.**

Boone, L. E., and Kurtz, D. L. (2016) present "Contemporary Business," a comprehensive textbook published by Wiley & Sons, Incorporated. This extensively revised edition offers a comprehensive overview of various aspects of modern business management. The book covers essential topics such as entrepreneurship, marketing, management, operations, and more. With real-world examples, case studies, and practical insights, "Contemporary Business" provides students and professionals with a solid foundation in understanding the dynamics and challenges of the business world. Its reader-friendly approach and comprehensive coverage make it a valuable resource for individuals studying business or seeking practical knowledge in the field.

7. **Ferguson C. E., El-Dirghami A., Churchill G. A. Marketing research: methodological foundations. *Journal of marketing research*. 1977. Vol. 14, no. 1. P. 131.**

Ferguson, C. E., El-Dirghami, A., and Churchill, G. A. (1977) contribute to the field of marketing research with their article titled "Marketing Research: Methodological Foundations," published in the *Journal of Marketing Research*. This article serves as a foundational piece that explores the fundamental principles and methodologies underlying marketing research. The authors delve into various research methods, data collection techniques, and analytical approaches used in the field. By providing a comprehensive understanding of the methodological foundations, the article offers valuable insights into conducting effective marketing research studies and generating reliable data for informed decision-making. It serves as an essential resource for researchers, marketers, and professionals in the field of marketing.

8. **Garg A. K., Phaahla P. N. Factors affecting the business performance of small businesses in sekhukhune. *Journal of economics and behavioral studies*. 2018. Vol. 10, no. 4(J). P. 54–67.**

Garg, A. K., and Phaahla, P. N. (2018) examine the factors influencing the business performance of small businesses in Sekhukhune in their article titled "Factors Affecting the Business Performance of Small Businesses in Sekhukhune," published in the *Journal of Economics and Behavioral Studies*. This study investigates the various determinants that impact the performance of small businesses in the Sekhukhune region. The authors explore factors such as market conditions, access to finance, entrepreneurial skills, and government support. By analyzing these factors, the article offers valuable insights into the challenges and opportunities faced by small businesses and provides recommendations for enhancing their performance and sustainability. The findings contribute to the existing literature on small business management and inform policymakers and stakeholders about strategies to support and promote the growth of small businesses in the region.

9. **Global and transnational business: strategy and management / C. David et al. Wiley & Sons, Incorporated, John, 2015.**

"Global and Transnational Business: Strategy and Management" is a comprehensive book authored by C. David et al. (2015) and published by Wiley & Sons, Incorporated. This book offers a detailed exploration of the strategic and managerial aspects of global and transnational businesses. It covers a wide range of topics, including market entry strategies, global marketing, cross-cultural management, global supply chain management, and international human resource management. With contributions from various experts in the field, the book provides valuable insights and practical guidance for

individuals and organizations operating in an increasingly interconnected and globalized business environment. It serves as a valuable resource for students, researchers, and practitioners seeking a deeper understanding of the complexities and dynamics of global business operations.

10. Hron J. Strategy related factors of business entity structure and behaviour. *Agricultural economics (zemědělská ekonomika)*. 2012. Vol. 51, No. 11. P. 481–488.

Hron, J. (2012) explores the strategy-related factors influencing the structure and behavior of business entities in the article titled "Strategy Related Factors of Business Entity Structure and Behaviour." This article, published in the journal *Agricultural Economics (Zemědělská Ekonomika)*, examines the various elements that shape the strategic decisions and actions of business entities, particularly in the agricultural sector. The author investigates factors such as competitive positioning, market orientation, innovation, and resource allocation. By analyzing these factors, the article offers insights into the relationship between strategy and the organizational structure and behavior of business entities. The findings contribute to a better understanding of strategic management in the agricultural context and provide valuable implications for optimizing business performance and sustainability.

ДОДАТОК Б

Анотація дипломної бакалаврської роботи

**Antonenko V.O. "The contemporary business environment in the United States".
Manuscript.**

In the thesis, the author conducted research on the contemporary business environment in the United States. The study focused on the theoretical foundations of business environment formation in the economy, both external and internal factors influencing the business environment, and their impact on entrepreneurial activity amidst economic instability.

The second chapter analyzes the business environment in the United States, exploring its modern structures and examining the factor of global competitiveness within the American business landscape.

Moving on to the third chapter, the author examines the prospects for the development of the business environment in the United States. Additionally, they identify directions and opportunities for Ukrainian companies to enter the US market.

Drawing upon the research findings, the author presents clear conclusions regarding the current state of the business environment in the United States, key trends, challenges in its functioning and development. Based on these insights, the author also proposes strategies for Ukrainian companies seeking to enter the US market.

Keywords: business environment, business, financial analysis, international activity, structures, internal factors, external factors.

Year: 2023

Немає вилучених джерел