

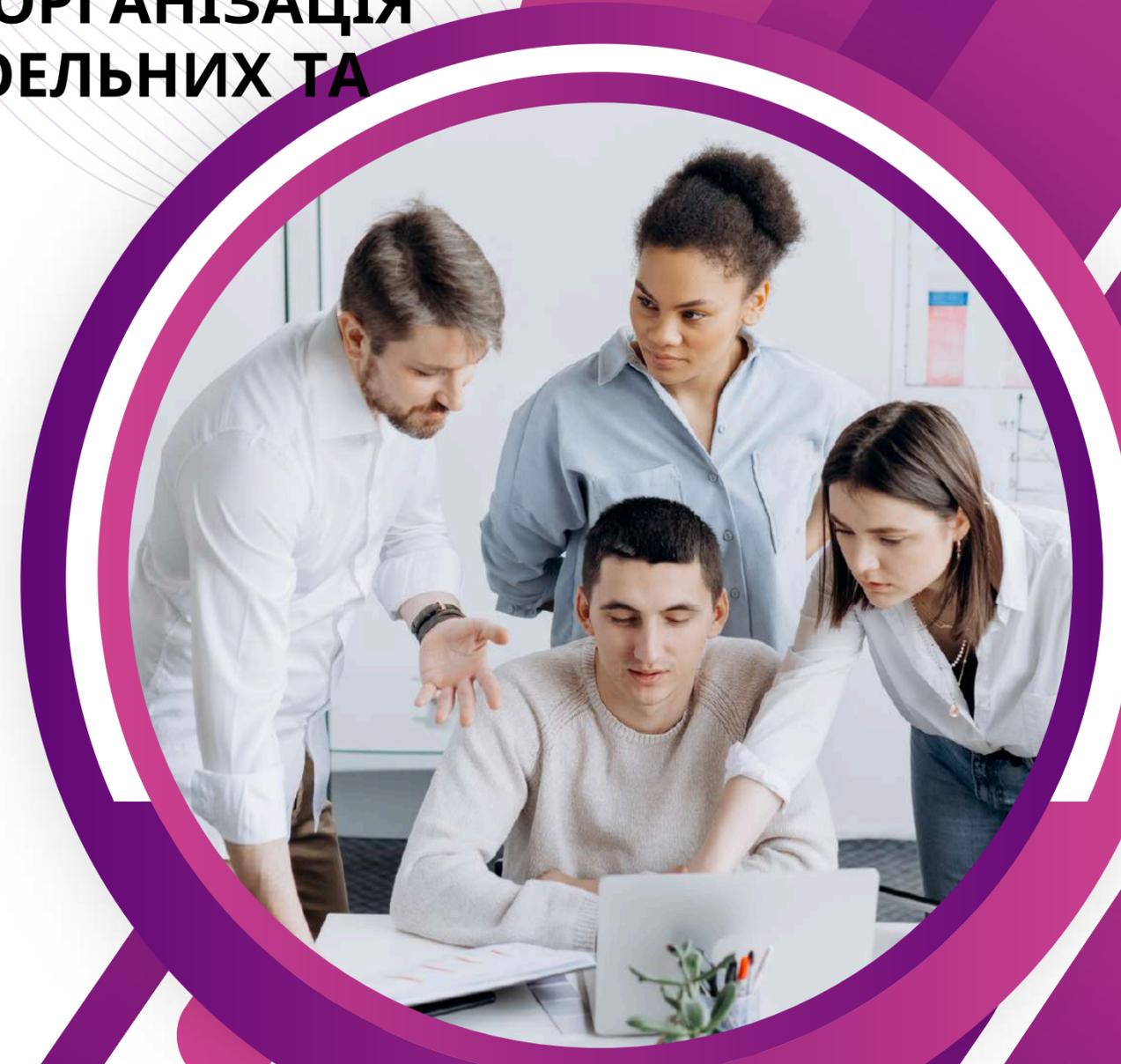


ЛЕКЦІЯ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ "ОРГАНІЗАЦІЯ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ, ТОРГОВЕЛЬНИХ ТА
БІРЖОВИХ СТРУКТУР"

ПІДПРИЄМНИЦТВО

ЯК ВИД

ГОСПОДАРЮВАННЯ



ПЛАН

- 1 Підприємництво і підприємець:
сутність та особливості
- 2 Еволюція та
типологія підприємництва
- 3 Підприємницький процес
- 4 Підприємницька культура як сучасний
феномен розвитку підприємництва
- 5 Підприємницьке середовище



I. ПІДПРИЄМНИЦТВО І ПІДПРИЄМЕЦЬ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Підприємництво – це самотійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку



ПІДПРИЄМЦЯ ЯК СУБ'ЄКТА ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МОЖНА РОЗГЛЯДАТИ З ТРЬОХ ТОЧОК ЗОРУ:

✓ **ЕКОНОМІЧНОЇ**
виконує економічні функції

✓ **УПРАВЛІНСЬКОЇ**
реалізовує певні завдання

✓ **ПСИХОЛОГІЧНОЇ**
є особистістю

Отже, підприємець – це фізична особа, яка виконує особливу економічну функцію шляхом реалізації певних завдань. Підприємець як економічний агент створює економічні ефекти, зміст яких полягає у:

- ✓ **ПОЄДНАННІ ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ: ДОДАНА ВАРТІСТЬ СТВОРЮЄТЬСЯ ШЛЯХОМ ПОЄДНАННЯ СИРОВИНИ (МАТЕРІАЛІВ), РОБОЧОЇ СИЛИ І КАПІТАЛУ, А ІННОВАЦІЄЮ Є ПОШУК НОВИХ КОМБІНАЦІЙ ЦИХ ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ**
- ✓ **ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН: ЕФЕКТИВНІСТЬ ОЗНАЧАЄ ОПТИМАЛЬНИЙ РОЗПОДІЛ РЕСУРСІВ ТА МАКСИМАЛЬНЕ ЗАДОВОЛЕННЯ НИМИ ПОТРЕБ ЛЮДИНИ**
- ✓ **СПРИЙНЯТТІ РИЗИКУ**
- ✓ **МАКСИМІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ДОХОДУ**
- ✓ **ОБРОБЛЕННІ РИНКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ВІДСТЕЖЕННІ ІНФОРМАЦІЇ, ЩО НЕ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ІНШИМИ. КОРИСТУЮЧИСЬ ТАКОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ, ПІДПРИЄМЦІ РОБЛЯТЬ РИНКИ БІЛЬШЕЕФЕКТИВНИМИ І ОТРИМУЮТЬ ВИНАГОРОДУ ЗА РАХУНОК СТВОРЕНОГО ДОХОДУ**



ПІДПРИЄМЕЦЬ ЯК МЕНЕДЖЕР БЕРЕ НА СЕБЕ ВИКОНАННЯ ПЕВНИХ ЗАВДАНЬ, А САМЕ:

УПРАВЛІННЯ ТА ВОЛОДІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

власність належить тим, хто інвестує у бізнес, та власникам його зобов'язань – принципалам, у той час як фактичне управління делегується професійним менеджерам або агентам

ЗАСНУВАННЯ НОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

завдання із поєднання різних елементів організації (працівників, майна, виробничих ресурсів та ін.) в єдине ціле та утворення окремої юридичної особи

ЗАЛУЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА РИНОК

завдання підприємця виходить за рамки просто винайти щось нове. Воно передбачає залучення та використання інновацій на ринку задля донесення їх цінності до споживачів

ПОШУК РИНКОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ

підприємці повинні постійно аналізувати бізнес-середовище, виявляючи прогалини, залишені існуючими учасниками (включаючи самого себе) на ринку

ЗАСТОСУВАННЯ ЕКСПЕРТИЗИ

підприємці мають можливість прийняття рішень про розподіл обмежених ресурсів в умовах обмеженої інформації

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛІДЕРСТВА ТА ВИКОНАННЯ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖЕРА

ПІДПРИЄМЕЦЬ ЯК ОСОБИСТІСТЬ (ПСИХОЛОГІЧНА ТОЧКА ЗОРУ) МАЄ ТАКІ РИСИ

- 1) видатні здібності;
- 2) низьку соціальну пристосовуваність: підприємці часто не можуть пристосуватися до вже існуючих та усталених соціальних відносин (вони їх не задовольняють повною мірою), однак змушені працювати в існуючих обмеженнях;
- 3) особистісні унікальні характеристики: здібності до навчання та розвитку (вирішення складних проблем, інноваційність), темперамент (публічна діяльність та здатність наполегливо виконувати свою роботу), динамізм (висока внутрішня мотивація, здатність пояснювати та доносити до інших мотиви своїх дій);



ПІДПРИЄМЕЦЬ ЯК ОСОБИСТІСТЬ (ПСИХОЛОГІЧНА ТОЧКА ЗОРУ) МАЄ ТАКІ РИСИ

4) здатність до соціально прогресивного розвитку: вроджені риси (інтелект, креативність, мотивація, амбіції і т.ін.); набуті риси (здатність навчатися та навчати, наставництво, застосування мотивуючої ролевої моделі); соціальні навички (досвід сімейних відносин, культура і т.ін.);

5) когнітивні можливості: особливі здібності підприємця з мислення, просторової орієнтації, розуміння процесів та явищ і їх сприйняття, обчислення, навчання, мовлення тощо.

Тож, підприємець – це людина, яка об'єднує фактори виробництва в інноваційний спосіб (як правило, у вигляді нового бізнесу) для створення економічної вартості





Фундаментальною основою для існування підприємництва є наявність фактора невизначеності, адже, якщо все відомо, необхідність у підприємцях відсутня. Кожна людина на певному етапі життя постає перед вибором – стати підприємцем або звичайним працівником, і цей вибір може змінюватися з часом, оскільки залежить від корисності кожного варіанта. Існує загальне правило: підприємницька діяльність може принести більший прибуток, однак він є більш ризикованим, на відміну від прибутку, отриманого звичайним працівником у компанії. Вибір також залежить від відмінностей між людьми з точки зору їх підприємницького таланту і ставлення до ризику



РІЗНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВКАЗУЮТЬ НА РІЗНОМАНІТНІСТЬ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПІДПРИЄМЦІВ, ОСНОВНИМИ СЕРЕД ЯКИХ Є:

- **ВПЕВНЕНІСТЬ В ОСОБИСТІХ ЗДІБНОСТЯХ ЧЕРЕЗ ПРИТАМАННИЙ ПІДПРИЄМЦЮ ОПТИМІЗМ У ДОСЯГНЕННІ НАМІЧЕНИХ ЦІЛЕЙ, ХОЧА ІНОДІ ЦЕ МОЖЕ ПРИЗВЕСТИ І ДО СУТТЄВИХ ВТРАТ**

- **БАЖАННЯ ОТРИМАТИ НЕГАЙНІ РЕЗУЛЬТАТИ, ЩО ПРИЗВОДИТЬ ДО БЕЗПЕРЕРВНОГО ВІДСТЕЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ РОБОТИ, ЯКЕ МАЄ ПІДТВЕРДИТИ, ПРАВИЛЬНО ДІЮТЬ ЧИ НІ**

- **НАДАННЯ ПЕРЕВАГИ ПОМІРНОМУ РИЗИКУ, ЯКИЙ ОЗНАЧАЄ, ЩО ПІДПРИЄМЦІ НЕ ВІДЧУВАЮТЬ РИЗИК В УСІХ ОБСТАВИНАХ, А ПРОРАХОВУЮТЬ (ОЦІНЮЮТЬ) ЙОГО; ОДНАК В ОЧАХ ІНШИХ ЦЕ МОЖЕ БУТИ СПРИЙНЯТЕ ЯК НЕЗДІЙСНЕННА МЕТА**



- **ГОТОВНІСТЬ ВЗЯТИ НА СЕБЕ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ, ВВАЖАЮЧИ ЗА КРАЩЕ КОНТРОЛЮВАТИ ВЛАСНІ РЕСУРСИ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ СВОЇХ ЦІЛЕЙ**

- **ВИСОКИЙ ПОТЕНЦІАЛ (ВИЩЕ СЕРЕДНЬОГО), ЩО ДОЗВОЛЯЄ ПІДПРИЄМЦЮ ДОКЛАДАТИ НЕЙМОВІРНИХ ЗУСИЛЬ, НЕОБХІДНИХ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ТА ПОЧАТКУ БІЗНЕСУ**

- **БАЧЕННЯ ВИЯВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ МОЖЛИВОСТЕЙ, А НЕ РОЗМІРКОВУВАННЯ ПРО УСПІХИ АБО НЕВДАЧІ В МИНУЛОМУ**

- **ОРГАНІЗАТОРСЬКІ ЗДІБНОСТІ, ЯКІ ДОЗВОЛЯЮТЬ ПІДПРИЄМЦЯМ ЗІБРАТИ ЛЮДЕЙ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ПЕВНИХ ЗАВДАНЬ ТА РЕАЛІЗУВАТИ СВОЇ ЦІЛІ**





- ПРАГНЕННЯ ЧОГОСЬ ДОСЯГТИ Є БІЛЬШИМ, АНІЖ БАЖАННЯ ОТРИМАТИ ПРОСТО ПРИБУТОК; МОТИВАЦІЯ ПІДПРИЄМЦЯ БІЛЬШ СКЛАДНА: ВТІЛЮЮЧИ БАЖАННЯ, ЙТИ ДАЛІ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ТОГО, ЩО ДЛЯ ІНШИХ Є НЕМОЖЛИВИМ, А ГРОШІ Є ТІЛЬКИ ЗАСОБОМ ПІДТВЕРДЖЕННЯ ДОСЯГНУТОГО УСПІХУ

- ВИСОКИЙ РІВЕНЬ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ, ЩО ЗМУШУЮТЬ ПІДПРИЄМЦІВ САМОВІДДАНО ПРАЦЮВАТИ В КОМПАНІЇ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ, УСУНЕННЯ БАР'ЄРІВ, ЯКІ ЗДАЮТЬСЯ НЕПЕРЕБОРНИМИ ДЛЯ ІНШИХ

- ТЕРПИМІСТЬ ДО ДВОЗНАЧНОСТІ, ЩО Є НЕОБХІДНОЮ ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ, ЯКІ ЧАСТО УХВАЛЮЮТЬ РІШЕННЯ НА ОСНОВІ НЕТОЧНОЇ ТА НАВІТЬ СУПЕРЕЧЛИВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

- ГНУЧКІСТЬ ЯК ЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМЦІВ АДАПТУВАТИСЯ ДО МІНЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА Є ТАКОЖ ВАЖЛИВОЮ ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКОЮ



ПОРІВНЯННЯ ПІДПРИЄМЦЯ, КАПІТАЛІСТА ТА МЕНЕДЖЕРА

Ознака	Підприємець	Капіталіст	Менеджер
Характеристика	<ul style="list-style-type: none"> – виявляє та використовує підприємницькі можливості; – є творцем, який ініціює і стимулює процес змін 	<ul style="list-style-type: none"> – є власником капіталу – акціонером; – може виступати контролюючим або пасивним акціонером 	<ul style="list-style-type: none"> – адмініструє і управляє ресурсами; – є адміністратором
Поведінка	<ul style="list-style-type: none"> – приймає ризики на себе; – використовує інтуїцію; – досліджує новий бізнес; – є лідером, ініціює нові способи діяльності; – визначає можливості для бізнесу; – створює нове підприємство 	<ul style="list-style-type: none"> – характеризується антипатією до ризику; – оцінює альтернативи; – обирає венчурні активи 	<ul style="list-style-type: none"> – характеризується антипатією до ризику; – раціонально приймає рішення; – створює і підтримує конкурентну перевагу; – створює трасти задля розширення співпраці; – контролює адміністративний процес

2. ЕВОЛЮЦІЯ ТА ТИПОЛОГІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Залежно від соціально-економічної ролі підприємництва його можна поділити на три типи:

- продуктивне, що полягає в максимізації індивідуальної (приватної) та соціальної вигоди;
- непродуктивне, яке передбачає максимізацію індивідуальної (приватної) вигоди, однак не обов'язково соціальної вигоди;
- деструктивне, за якого досягається максимізація індивідуальної (приватної) вигоди за повної відсутності соціальних переваг.



ВІДПОВІДНО ДО ЕТАПУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ОСНОВНИМИ ТИПАМИ ПІДПРИЄМЦІВ МОЖНА ВВАЖАТИ

- ✓ народжуваного (стартуючого) підприємця, що займається питаннями створення нового бізнесу (незареєстрованого офіційно)
- ✓ нового підприємця, який нещодавно офіційно започаткував підприємницьку діяльність та не має жодного досвіду такої роботи
- ✓ звичайного підприємця, що бере участь у повторюваній підприємницькій діяльності і тому вже є досвідченим

НАЙБІЛЬШ ПОШИРЕНИМИ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ТИПАМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА СЬОГОДНІ Є:

СТАРТАП (STARTUP) – ТИМЧАСОВА ОРГАНІЗАЦІЯ, СТВОРЕНА ДЛЯ ПОШУКУ ПОВТОРЮВАНОЇ, МАСШТАБОВАНОЇ І СТІЙКОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ

КОРПОРАТИВНИЙ ВЕНЧУРІНГ (CORPORATE VENTURING) – ДІЯЛЬНІСТЬ ВЕЛИКОЇ КОМПАНІЇ ІЗ ВКЛАДЕННЯ КОШТІВ У НЕВЕЛИКІ КОМПАНІЇ В ОБМІН НА ЧАСТКУ ЇХ ПРИБУТКУ

ВИКУП ЧАСТКИ КОМПАНІЇ ЇЇ МЕНЕДЖМЕНТОМ (MANAGEMENT BUYOUT – МВО – ОПЕРАЦІЯ, ЩО ПОЛЯГАЄ В КУПІВЛІ ПРЕДСТАВНИКАМИ МЕНЕДЖМЕНТУ КОМПАНІЇ АКТИВІВ БІЗНЕСУ, ЯКИМ ВОНИ КЕРУЮТЬ) АБО ЗЗОВНІ (MANAGEMENT BUYIN – МВІ – ОПЕРАЦІЯ, ЩО ПОЛЯГАЄ В КУПІВЛІ ЗОВНІШНІМ МЕНЕДЖЕРОМ АБО КОМАНДОЮ МЕНЕДЖЕРІВ ЧАСТКИ ВЛАСНОСТІ В ІНШІЙ КОМПАНІЇ ТА ЗАМІНІ ІСНУЮЧОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМАНДИ)

ФРАНЧАЙЗИНГ (FRANCHISING) – РІЗНОВИД БІЗНЕСУ, ЗА ЯКИМ ОДНА СТОРОНА (ФРАНЧАЙЗЕР) НАДАЄ ІНШІЙ СТОРОНІ (ФРАНЧАЙЗІ) ЗА ВІНАГОРОДУ НА ПЕВНИЙ СТРОК АБО БЕЗ ВИЗНАЧЕННЯ СТРОКУ ПРАВО ВИКОРИСТАННЯ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ З ПРОДАЖУ ВЛАСНИХ ЧИ ВИРОБЛЕНИХ ФРАНЧАЙЗЕРОМ ТОВАРІВ АБО ПОСЛУГ, СВОГО НОУ-ХАУ, ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ, ТЕХНОЛОГІЇ, НАЙМЕНУВАННЯ, ТОВАРНОЇ МАРКИ ТОЦО

СПАДЩИНА (INHERITANCE) – ВСЯ АБО ЧАСТИНА НЕРУХОМОСТІ/АКТИВІВ ОСОБИ, ЯКІ НАДАЮТЬСЯ СПАДКОЄМЦЮ ПІСЛЯ ТОГО, ЯК ЛЮДИНА ПОМЕРЛА

3. ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ПРОЦЕС

ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ПРОЦЕС МІСТИТЬ УСІ ФУНКЦІЇ, ДІЯЛЬНІСТЬ І ДІЇ, ЯКІ Є ЧАСТИНОЮ СПРИЙНЯТТЯ НОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ І СТВОРЕННЯ НОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.
У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ВІН СКЛАДАЄТЬСЯ З П'ЯТИ ЕТАПІВ:

1. ПОПЕРЕДНІЙ ЕТАП

- **ЦЕ ПЕРШІ КРОКИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ФІРМИ (БІЗНЕСУ). НА ЦЬОМУ ЕТАПІ ПІДПРИЄМЕЦЬ ПОВИНЕН БУТИ СПРОМОЖНИМ ПРИЙНЯТИ РІШЕННЯ, ЯКЕ БУДЕ ВПЛИВАТИ НА МАЙБУТНЮ КОМПАНІЮ**

2. ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Підприємець розглядає такі основні питання, як отримання необхідної правової та економічної консультації, залучення капіталу від банків або інших фінансових установ, отримання (купівлю) дозволів, ліцензій; виготовлення попереднього проекту; ухвалення рішення про виділення землі, необхідне будівництво, устаткування, пошук робочої сили, сировини, палива, енергії і т.ін.;

3. ПЛАНУВАННЯ.

Цей етап охоплює вибір найкращої стратегії для ведення бізнесу за рахунок скорочення витрат і максимізації прибутку; планування інфраструктури, будівництво; отримання необхідних дозволів з боку уряду або місцевих органів влади; екологічного аналізу; купівлі землі; ліцензування (якщо це необхідно); підключення до електромереж і водопостачання; аналізу остаточної технічної здійсненності та експлуатаційної доцільності майбутнього продукту; підготовки детального плану проекту (бізнес-планування); отримання необхідних кредитів і/або капітальних вкладень; придбання механізмів і обладнання.

4. РЕАЛІЗАЦІЯ

На цьому етапі реалізуються заходи для втілення плану у життя, зокрема: придбання земельної ділянки, будівництво та закупівля сировини; монтаж установок і механізмів, організація людських ресурсів; отримання дозволів; початок реального бізнесу, підключення до джерел електроенергії і водопостачання; створення інфраструктури (дороги, лікарні, школи, місцяпроживання і т.ін.)

5. УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Етап передбачає розроблення економічної політики і ринкової стратегії, управління просуванням товарів або послуг; формулювання цінової політики; управління оптовою та роздрібною торгівлею; визначення бажаної прибутковості; управління маркетинговою стратегією, управління рекламою, управління системою розподілу товарів та послуг; управління складським господарством



ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАДАЄ ЦІЛУ НИЗКУ ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕВАГ СЕРЕД ЯКИХ:

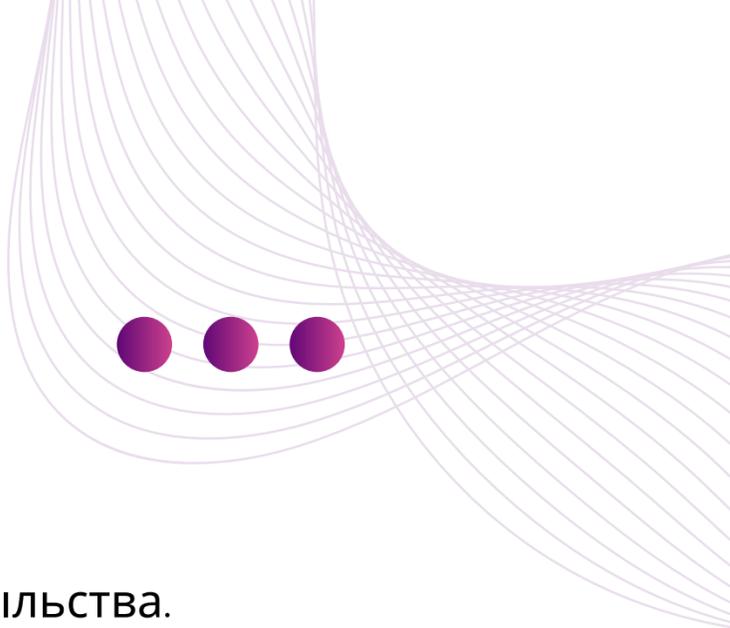
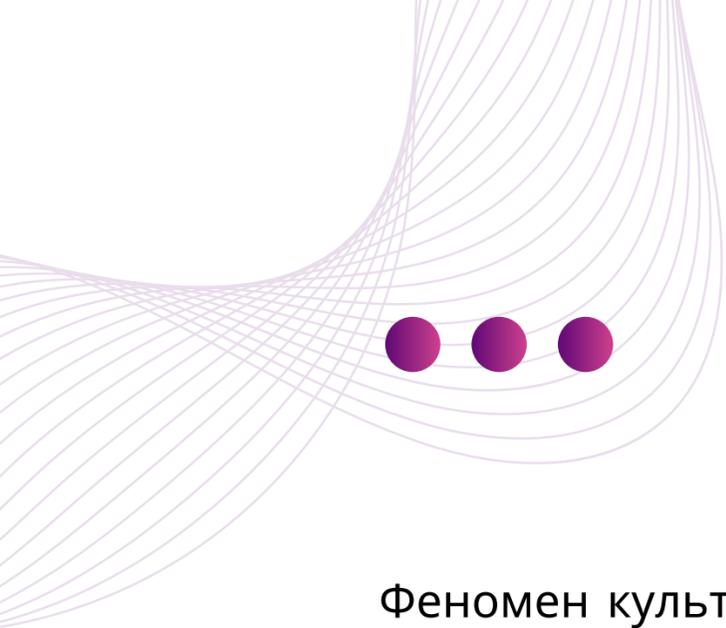
- економічний розвиток;
- скорочення безробіття та бідності;
- створення нових робочих місць;
- податки
- невеликі нові підприємницькі структури, які здатні перетворитися у великі та потужні компанії;
- підвищення ринкової конкуренції
- зростання продуктивності виробництва;
- зменшення імпорту і скорочення дефіциту платіжного балансу, зменшення витрат на створення нових компаній для заміщення імпорту;
- здійснення новими фірмами радикальних та поступових інновацій, створення технологій для нових галузей і ринків;
- забезпечення основних споживчих послуг для підвищення якості життя



ОКРІМ ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕВАГ, ВАРТО НАЗВАТИ Й ІНШІ (НЕЕКОНОМІЧНІ) ПЕРЕВАГИ, ЯКІ Є ВАЖЛИВИМИ ДЛЯ ПРОГРЕСИВНОГО РОЗВИТКУ:

- скорочення соціальної та регіональної нерівності щодо можливості доступу до створення добробуту;
- можливість самореалізації окремих груп суспільства, які зазнають чи можуть зазнавати певної економічної дискримінації порівняно з іншими (масовими) групами, зокрема: інваліди, етнічні меншини, випускники вищих та професійних навчальних закладів, молодь, жінки тощо;
- розширення прав і можливостей людини (незалежність, контроль, задоволення, виконання сімейних і домашніх обов'язків і т.ін.);
- зниження потужності впливу великих фірм





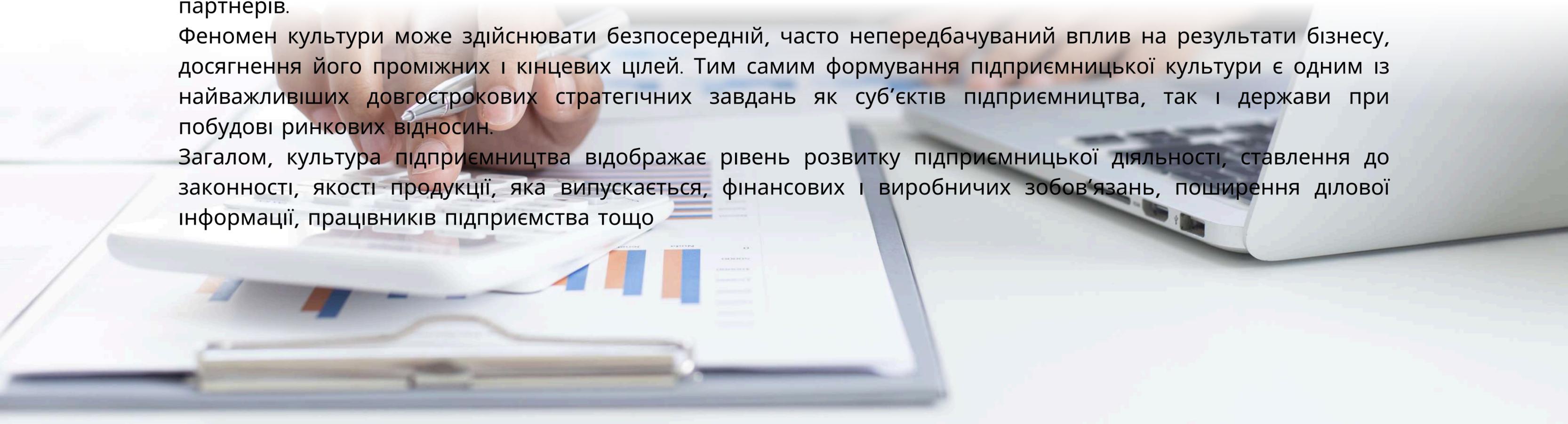
4. ПІДПРИЄМНИЦЬКА КУЛЬТУРА ЯК СУЧАСНИЙ ФЕНОМЕН РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Феномен культури підприємництва посідає особливе місце в концепції підприємницького суспільства.

Розглядаючи підприємницьку діяльність як процес, здійснюваний приватними особами, підприємствами або організаціями щодо освоєння природних ресурсів, виробництва, придбання, продажу товарів або надання послуг в обмін на інші товари, послуги або гроші, слід урахувати, що цей процес повинен завершуватися взаємною вигодою бізнес-партнерів. Більше того, цей процес, на якому б практичному рівні він не існував, тісно пов'язаний з культурним середовищем, що складається із зовнішньої і внутрішньої культури бізнес-партнерів.

Феномен культури може здійснювати безпосередній, часто непередбачуваний вплив на результати бізнесу, досягнення його проміжних і кінцевих цілей. Тим самим формування підприємницької культури є одним із найважливіших довгострокових стратегічних завдань як суб'єктів підприємництва, так і держави при побудові ринкових відносин.

Загалом, культура підприємництва відображає рівень розвитку підприємницької діяльності, ставлення до законності, якості продукції, яка випускається, фінансових і виробничих зобов'язань, поширення ділової інформації, працівників підприємства тощо



ДОЦІЛЬНО ВИДІЛИТИ ТАКІ КОМПОНЕНТИ ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ «КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМНИЦТВА»

- уявлення підприємця про цінність бізнесу (кожен підприємець певним чином бачить цілі бізнесу та володіє власною шкалою цінностей, відповідно до якої він судить про споживачів, клієнтів, потреби в його товарі, якість товару, очікувані вигоди тощо)

- правила й норми поведінки при плануванні та здійсненні підприємницької діяльності, що впливають із уявлень про цінності бізнесу (підтримка контактів з клієнтами, виявлення їхніх бажань, активна пропозиція необхідного їм товару, післяпродажне обслуговування)

- конкретна поведінка підприємця, у процесі якої він на практиці реалізує сформовані правила й норми культурної поведінки

ПРОЦЕС ВИНИКНЕННЯ, ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ДУЖЕ СКЛАДНИЙ. В ОСНОВІ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ ЛЕЖАТЬ ТАКІ ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ:

СИСТЕМНОСТІ – ВИЗНАЧАЄ РОЗГЛЯД ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ ЯК СИСТЕМИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗАНИХ ЕЛЕМЕНТІВ, ЗМІНА ЯКОЇ МОЖЛИВА ЛИШЕ ЗА РАХУНОК ЗМІНИ КОЖНОГО ЕЛЕМЕНТА

КОМПЛЕКСНОСТІ – КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМНИЦТВА РОЗГЛЯДАЄТЬСЯ З УРАХУВАННЯМ ВПЛИВУ ПСИХОЛОГІЧНИХ, СОЦІАЛЬНИХ І ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ

НАЦІОНАЛІСТИЧНОСТІ – ПЕРЕДБАЧАЄ ВРАХУВАННЯ ПРИ ФОРМУВАННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ НАЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ, МЕНТАЛІТЕТУ, ЗВИЧАЇВ РЕГІОНУ ЧИ КРАЇНИ, В ЯКІЙ ПЕРЕБУВАЄ ТА ДІЄ СУБ'ЄКТ ПІДПРИЄМНИЦТВА

ІСТОРИЧНОСТІ – ОБУМОВЛЮЄ НЕОБХІДНІСТЬ ВІДПОВІДНОСТІ СИСТЕМИ ЦІННОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРАКТИКИ МІЖСОБИСТІСНИХ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМЦІВ ОСНОВНИМ СУЧАСНИМ ЛЮДСЬКИМ ЦІННОСТЯМ, А ТАКОЖ УРАХУВАННЯ ЇХНЬОЇ ДИНАМІКИ В ЧАСІ

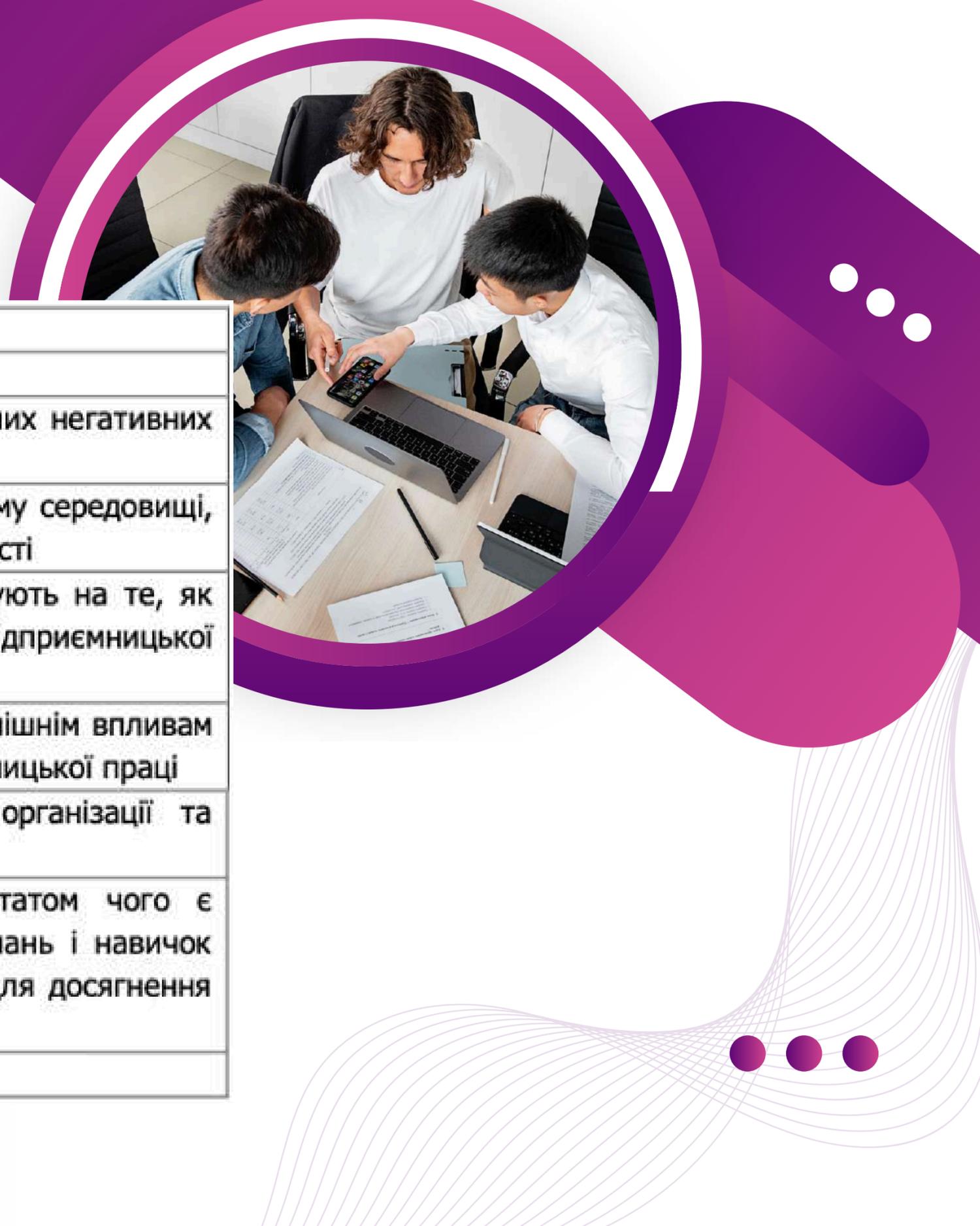
НАУКОВОСТІ – ПЕРЕДБАЧАЄ НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ НАУКОВО ОБҐРУНТОВАНИХ МЕТОДІВ І РІШЕНЬ ПРИ ФОРМУВАННІ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

ЦІННІСНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ – ПОЛЯГАЄ У БАЗОВІЙ ОРІЄНТУЮЧІЙ РОЛІ ЦІННОСТЕЙ ДЛЯ ВСІЄЇ СИСТЕМИ, ЩО ОБУМОВЛЮЄ КУЛЬТУРУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

СЦЕНАРНОСТІ – ПОДАЄ РЕКОМЕНДАЦІЇ, ЯКІ ВИЗНАЧАЮТЬ І РЕГУЛЮЮТЬ ВІДНОСИНИ ТА ДІЇ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ, У ВИГЛЯДІ СЦЕНАРІЮ, ЩО ОПИСУЄ ЗМІСТ ДІЯЛЬНОСТІ ВСІХ ЇЇ СПІВРОБІТНИКІВ, ПРИПISУЄ ЇМ ПЕВНИЙ ХАРАКТЕР І СТИЛЬ ПОВЕДІНКИ

ЕФЕКТИВНОСТІ – ПЕРЕДБАЧАЄ НЕОБХІДНІСТЬ ЦІЛЕСПРЯМОВАНОГО ВПЛИВУ НА ЕЛЕМЕНТИ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ЗОКРЕМА ЇЇ АТРИБУТИ, З МЕТОЮ ДОСЯГНЕННЯ НАЙКРАЩИХ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ УМОВ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇЇ УСПІХУ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

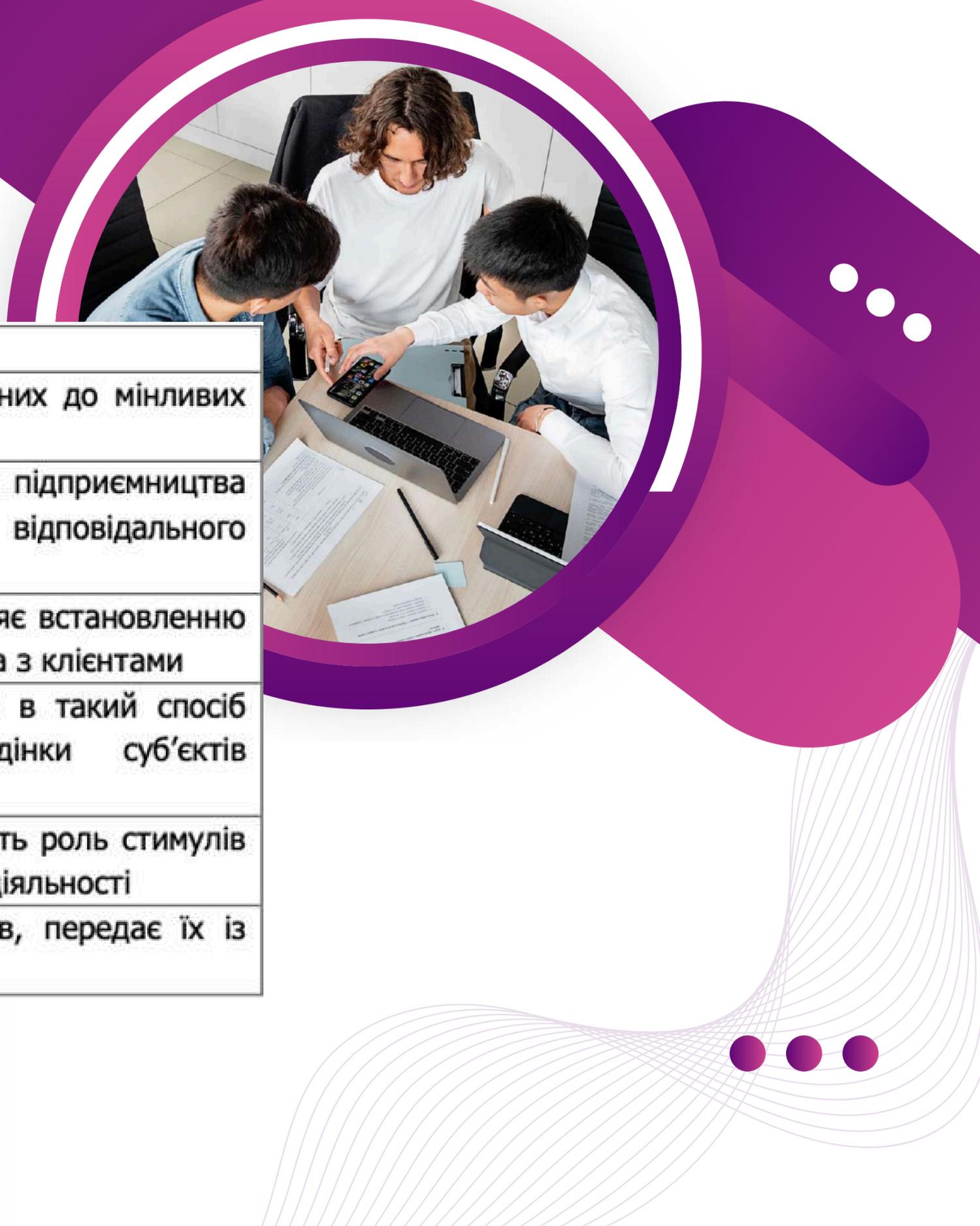
ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ



Функція	Характеристика
1	2
Охоронна	Слугує своєрідним бар'єром для проникнення небажаних негативних цінностей, характерних для зовнішнього середовища
Комунікативно-інтегративна	Забезпечує виживання у даному соціально-економічному середовищі, стійкість і стабільність суб'єкта підприємницької діяльності
Регулююча	Передбачає неформальні, неписані правила, які вказують на те, як підприємці повинні поводитись у процесі здійснення підприємницької діяльності
Консервативна	Створює сили внутрішньої стабільності й опірності зовнішнім впливам за рахунок репрезентації традиційних зразків підприємницької праці
Адаптивна	Полегшує взаємне пристосування працівників до організації та організації до працівників
Розвиваюча	Пов'язана з освітнім і виховним ефектом, результатом чого є зростання людського капіталу, тобто нарощування знань і навичок працівників, які підприємство може використовувати для досягнення цілей провадження підприємницької діяльності
Трансляційна	Забезпечує передачу інформації

ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ

1	2
Інноваційна	Сприяє створенню нових зразків, більш пристосованих до мінливих обставин зовнішнього середовища
Управління якістю	Сприяє підвищенню якості товарів і послуг суб'єкта підприємництва внаслідок продукування працівниками більш відповідального ставлення до роботи
Орієнтації на споживачів	Ураховує цілі, запити, інтереси споживачів, що сприяє встановленню більш стійких і несуперечливих відносин підприємства з клієнтами
Оцінююча	Створює методи та критерії оцінки дій, формуючи в такий спосіб режим регламентованої і ранжованої поведінки суб'єктів підприємницької діяльності
Цілепокладання	Створює еталонні, ідеалізовані цінності, які виконують роль стимулів для формування та відбору цілей у підприємницькій діяльності
Відтворювальна	Зберігає та відтворює цінності різних форм і типів, передає їх із покоління в покоління



На процес формування культури підприємництва впливає низка факторів, зокрема



- загальнонаціональні фактори (державний устрій, тип економічної системи, рівень ліберальності, переважаюча форма власності)
- загальнолюдські цінності (загальні уявлення про сенс життя, місце людини у Всесвіті та її призначення)

- норми і зразки взаємодії суб'єктів підприємницької діяльності, способи відтворення та демонстрації цих зразків, тобто правила поведінки певної ділової професійної групи (торгівців, фінансистів, промисловців)
- ціннісно-мотиваційне ставлення населення до праці, багатства, нагромадження (трудова етика)

- національно-культурні та релігійно-культурні стереотипи способу життя конкретної країни
- культурні зразки господарських уявлень і господарської поведінки

- просторовий фактор (особливості ландшафту, клімату, місцезнаходження країни, розмірів території)
- динаміка зовнішнього середовища

Таким чином, підприємницька культура є одним із вагомих важелів, що визначає напрями і динаміку розвитку підприємницьких відносин у національній та світовій економіці, соціальну спрямованість бізнесу



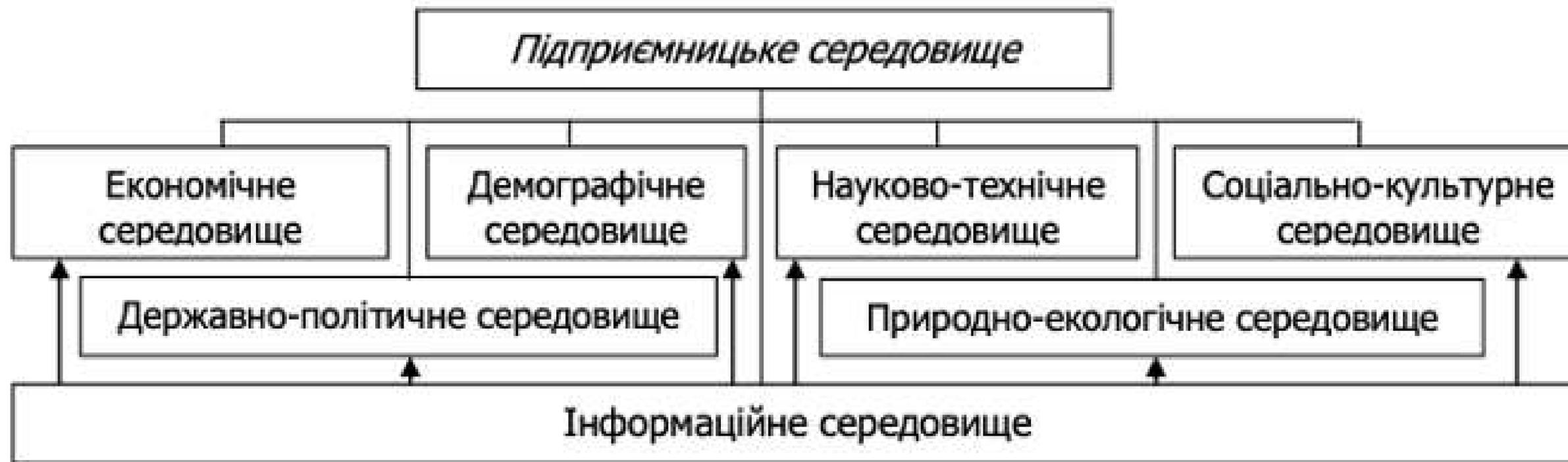
5. ПІДПРИЄМНИЦЬКЕ СЕРЕДОВИЩЕ

Розвиток процесів підприємництва неможливий поза соціально-економічним контекстом розвитку держави. Створюючи нове підприємство для реалізації своїх здібностей і можливостей, досягнення поставлених цілей, підприємець долучається до функціонування соціально-економічної системи, змінюючи її стан і структуру. Тому створення підприємства й імовірність його успішної діяльності можна трактувати тільки як частину всієї соціально-економічної системи в цілому. У такий спосіб суб'єкти підприємництва функціонують у рамках більш глобальної системи їхнього оточення, яку варто розглядати як бізнес-середовище, або підприємницьке середовище.

Отже, підприємницьке середовище - це сукупність умов, які впливають на можливість формування та успішної реалізації підприємницької ідеї.



СКЛАДОВІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА



ФАКТОРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

Фактори	Характеристика
1	2
<i>Зовнішні фактори</i>	
Природно-демографічні	Визначають галузеву спеціалізацію та розміщення підприємств, рівень витрат і можливості використання робочої сили. <i>Приклад.</i> кліматичні умови, якість земель, сировинна база, чисельність і статевовікова структура населення
Соціально-культурні	Впливають на формування потреб і особливості попиту, специфіку організації підприємництва і ділову етику, ставлення до підприємництва у суспільстві. <i>Приклад.</i> моральні норми, релігійні погляди, освітній рівень населення
Технологічні	Обумовлюють як характер і форми здійснення виробництва, так і способи ведення підприємницької діяльності. <i>Приклад.</i> рівень індустріального розвитку країни, рівень розвитку науки і техніки, наявність новітніх технологій та їх застосування
Економічні	Визначають умови розподілу обмежених ресурсів та рівень підприємницької активності. <i>Приклад.</i> ступінь розвитку ринків, обсяг сукупного попиту, рівень ринкової конкуренції, стабільність грошової системи, рівень доходів і характер їхнього розподілу, рівень заощаджень, податкова політика

ФАКТОРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

Інституційні	<p>Обумовлюють інтенсивність товарообмінних операцій, розширюючи можливості для підприємницької діяльності.</p> <p><i>Приклад:</i> розвиток банківської системи та страхової справи, розвиненість каналів постачання та збуту, наявність ринкових посередників</p>
Правові	<p>Забезпечують передумови підприємницької діяльності та визначають рівень її активності.</p> <p><i>Приклад:</i> ступінь розвитку господарського права, регулювання взаємовідносин агентів господарського обороту, законодавчий захист підприємництва, характер регулюючого втручання держави</p>
Політичні	<p>Обумовлюють соціальну інтеграцію підприємництва в суспільство і його ідеологію.</p> <p><i>Приклад:</i> стабільність політичних інститутів, характер взаємовідносин суспільства та держави, способи управління й ухвалення рішень</p>

ФАКТОРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

1	2
<i>Внутрішні фактори</i>	
Розвиненість відносин власності	Включають: 1) гарантії приватної власності, що визначають ступінь господарської мотивації агентів ринку та контролю за використанням ресурсів; 2) чіткість визначення прав власності, що обумовлюють можливість здійснення господарських операцій; 3) розвиненість форм власності, що забезпечують мобільність капіталу
Особливості внутрішньої організації господарських осередків	Безпосередньо впливають на утримання та форми реалізації функціональних ознак підприємництва. <i>Приклад.</i> масштабність організації, особливості ієрархічної структури, форма та характер управління організацією

ВИДИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

Види	Характеристика
Сприятливе підприємницьке середовище	Наявність всіх умов для нормального, цивілізованого розвитку бізнесу; підтримка розвитку підприємництва на державному і регіональному рівнях у сфері законодавства, фінансово-кредитної та податкової систем; наявність державних пільг і стимулів для розвитку підприємницької діяльності; наявність сприятливих умов для придбання нерухомості та оренди майна
Частково сприятливе підприємницьке середовище	Політична нестабільність; міжнаціональні, міжрегіональні та міждержавні розбіжності; розрив раніше сформованих господарських зв'язків; соціальна напруженість у суспільстві; низький рівень життя населення та його купівельної спроможності; відсутність реальних шляхів і механізмів моральної та законодавчої підтримки розвитку підприємництва; переважне вкладення капіталу в ті види діяльності, які характеризуються швидким обігом коштів
Несприятливе підприємницьке середовище	Нерівноправні умови функціонування державного та приватного секторів економічної системи; відсутність або недосконалість законодавчих актів, що регламентують підприємницьку діяльність; відсутність або низький рівень розвитку ринкової інфраструктури; високий рівень податкового тиску на підприємців; обмеження доступу до ресурсів

УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

