**Тема 3. Логіка підприємницької діяльності**

1. Логіка підприємницької діяльності та її зміст.

2. Підприємницька ідея та механізми її втілення.

3. Мотивація підприємництва.

1. Логіка підприємницької діяльності та її зміст.

Логіка підприємницької діяльності — це послідовність прийняття уп­равлінських рішень, спрямованих на одержання прибутку (наприклад, при першій спробі вийти на ринок, при підготовці та здійсненні бізнес - операцій, проведенні рекламної кампанії та ін.).

Логіка відображає творчу і підприємницьку форму мислення на основі попередніх розрахунків, систематизації дій або висновків, прак­тичного досвіду, досягнень науки і техніки.

Процес підприємницької логіки відбувається за такими ета­пами:

• зародження ідеї;

• обгрунтування та первинна оцінка ідеї в цілому;

• визначення реальності впровадження ідеї у практику, враху­вання своїх можливостей та ситуації на ринку;

• проведення необхідних підприємницьких розрахунків з метою виявлення можливого прибутку;

• експертна оцінка одержаної інформації і результатів підпри­ємницьких розрахунків;

• прийняття підприємницького рішення.

Діяльність підприємця розпочинається з зародження ідеї для впровадження її у життя.

Підприємницька ідея — це виявлений підприємцем загальний за­дум (інтерес) щодо створення нового або модифікованого товару, про­сування його на ринок, надання послуг. Особливістю є те, що ідея підприємця базується на інновації або включає раціоналізаторський момент.

Реальна ідея — складовий елемент здійснення підприємницької діяльності, концентрації ресурсів. Дійсно, якщо є капітал, то можна організувати виробництво. Але це стає марним за відсутністю перспективної ідеї, заради якої залучаються інвестиції у виробничий процес.

Отже, бізнес-ідея — це відображення в свідомості підприємця при­таманного споживачу бажання мати той товар, який буде вироблено. У зв’язку з цим має бути пряме поєднання інтересу підприємця з інтере­сом кінцевого споживача. Саме споживач приймає рішення щодо купівлі або відмови від купівлі конкретного товару, враховуючи якість, упаковку, репутацію фірми, вартість. Якщо процес продажу відбуваєть­ся, то вкладені економічні ресурси перетворюються у доходи підприє­мця.

На основі кількісних та вартісних показників продажу товарів скла­дається уявлення про фірму. Підприємництво виживає або процвітає залежно від бізнес-ідеї. Вона виражає організаційну основу конкрет­ного виду виробничо-комерційної діяльності підприємства, характери­зує сили, що визначають її теперішній та майбутній стан. Для того, щоб належним чином привести ці сили у дію, тобто впровадити бізнес-ідею у життя, слід правильно її сформулювати. Бізнес-ідея може вивчатись, обговорюватись, змінюватись та покращуватись. Це необхідно для роз­робки найоптимальнішої стратегії розвитку підприємства.

2. Підприємницька ідея та механізми її втілення.

Початок власної справи ставить перед майбутнім підприємцем цілу низку питань: як правильно вибрати сферу підприємницької діяльності? Яким чином найдоцільніше вести пошук найраціональніших форм її організації? Як сформувати вміння орієнтуватися у просторі можливостей, що відкриваються з початком бізнесу? І, звичайно, поява підприємницької ідеї та її подальше втілення вимагає враховувати певні обмеження, оцінювати ринкову кон´юнктуру, вивіряти можливості створюваного підприємства. З цими та іншими питаннями може зустрічатися у своїй діяльності і діючий підприємець у разі виникнення нової ідеї. В обох випадках початок нового бізнесу або зміна напрямів діяльності вже започаткованої справи вимагає неабияких зусиль підприємця, значних знань багатьох питань.

***Підприємницька ідея****—*конкретне цілісне знання про доцільність і можливість здійснювати певний вид підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів і засобів її досягнення.

*Передумовою втілення ідеї* зі створення власного бізнесу є моделювання майбутньої ситуації. Насамперед зазначимо, що "модель" сприймається нами як копія, форма, схема, що відбиває основні властивості та якісні ознаки реального об´єкта У спрощеному вигляді. З цього можна зробити висновок, що ***моделювання майбутньої підприємницької діяльності*** – це чітке уявлення про послідовні кроки роботи зі створення і подальшого розвитку бізнесу.

Таким *першим кроком в організації підприємницької діяльності* виступає ґрунтовне ознайомлення з чинним законодавством та ринковою кон´юнктурою. На цій основі з´являється можливість всебічного врахування існуючих правових та економічних обмежень для створюваного підприємства.

Для кращого засвоєння правових основ підприємницької діяльності доцільно ретельно вивчити законодавчі акти, звернути увагу на заборонені сфери діяльності або на ті сфери, організація бізнесу в яких пов´язана з певними обмеженнями, – ліцензуванням, отриманням спеціального дозволу тощо. Це дасть змогу уникнути зайвих втрат часу і зусиль, краще зосередитися на більш конкретному колі питань.

До *економічних обмежень* при створенні підприємства можуть бути віднесені такі:

- високий рівень початкових капіталовкладень;

- значний термін окупності вкладених коштів;

- невизначеність у досягненні комерційного результату;

- відсутність прибутку протягом значного часу діяльності.

Підприємницька діяльність пов´язана з дією багатьох інших факторів. Зокрема, невдало вибраний час для початку діяльності, викликаний сезонними коливаннями або іншими особливостями ринкової ситуації, здатний суттєво знизити ефективність розпочатого бізнесу.

Нерівномірність може спостерігатися і в галузевому, і в територіальному аспектах. Відповідно слід реагувати і початкуючому бізнесмену: точно вивірити динаміку майбутньої діяльності, визначити поведінку вже функціонуючих в обраній сфері підприємців. На цій основі стає можливим аналітична оцінка відповідності цілей і ресурсів майбутнього підприємства новим продуктам і новим ринкам. При цьому підприємець звертає особливу увагу на стратегію майбутнього підприємства, його потенційні конкурентні переваги. *Потреби в додаткових джерелах фінансування*підприємницької діяльності можуть бути такими:

1. *Етап створення підприємства* – формування власного капіталу.

2. *Початковий етап функціонування* – залучення додаткових фінансових джерел – кредитів, реінвестування.

3. *Етап розвитку підприємницької діяльності* – залучення капіталів нових партнерів, зовнішніх інвесторів.

*Інформація,* необхідна для організації власного бізнесу, може бути отримана двома шляхами:

*Перший шлях* – це самостійне дослідження ринкової кон´юнктури. Його складовими виступають вивчення товарних і ресурсних ринків, коливань попиту і пропозиції на них, зміни цін товарів. Крім того, аналізується макроекономічне середовище, вивчається мотивація учасників ринкових відносин. Головним напрямком цих досліджень має стати комплексне вивчення ринку, динаміки його складових, потенційної і реальної ємності.

Визначення можливих розмірів збуту продукції доповнюється аналізом взаємодії покупців і продавців. Поведінка й мотиви потенційних споживачів, адекватність діяльності конкурентів на зміни в ринковому середовищі дають змогу оцінити стан товарних і ресурсних ринків.

*Другий шлях* організації інформаційного забезпечення майбутнього бізнесу – звернутися за допомогою до спеціалізованих консалтингових фірм. На практиці доведено, що другий спосіб ефективніший. Але обмеженість ресурсів закриває його для багатьох підприємців-початківців. Зазвичай можуть мати місце одночасне використання власної інформативної бази і дані спеціалізованих фірм.

Таким чином, ***генерування підприємницької ідеї*** – складний процес, управління яким повинно враховувати зміст цілей та завдань, що виникають на кожному етапі. Конкретизацію завдань кожного етапу створення підприємства можна сформулювати таким чином:

1. Моделювання стратегії майбутньої підприємницької діяльності – розробка сценаріїв розвитку фірми.

2. Формування ефективного уявлення про зміст організаційних заходів зі створення підприємства.

3. Визначення етапів створення фірми і конкретизація діяльності на кожному етапі.

4. Ознайомлення з чинним законодавством, врахування вхідних перепон і правових обмежень в обраній сфері підприємництва.

5. Визначення інформаційних джерел для дослідження ринкової кон´юнктури.

6. Дослідження ринкової інфраструктури та стану ринкової кон´юнктури.

7. Перевірка можливостей підприємства, відповідності його стратегії розвитку ринковим потребам.

Започаткування підприємницької діяльності здійснюється відповідно до певної технології створення бізнесу, що є специфічного для кожного конкретного випадку і залежить від сфери вибраної діяльності. Проте попри особливості економічного й правового середовища, специфіки сфери діяльності, існують і загальні проблеми, з якими мусять мати справу підприємці. Однією з перших таких проблем є *пошук підприємницької ідеї.*

***Пошук привабливої ідеї бізнесу*** – це досить важке і відповідальне завдання підприємця, котрий має віднайти в ідеї можливість реалізувати свої знання і здібності. На цьому важливому етапі започаткування власного діла виникає проблема: де і як шукати нову підприємницькі ідею.

***Джерела ідей***можуть бути різними, починаючи від спеціальних досліджень і розробок, але найчастіше вони***виходять від:***споживачів;працюючих фірм;парламентів і урядів.

Власні або запозичені результати досліджень і розробок є чи не найбільш плодотворним джерелом нових ідей щодо бізнесової діяльності.

Наука і практика розробила чимало методів творчого (евристичного) пошуку підприємницької ідеї**.**Розглянемо деякі з них.

***Метод аналогії*** передбачає використання чогось подібного до вже відомого рішення, ″підказаного″, наприклад, технічною економічною або іншою літературою чи ″підглянутого″ в природі.

***Метод інверсії* –**специфічний метод, що передбачає такі підходи до вирішення нової проблеми:

перевернути ″догори ногами″;

″вивернути″ на протилежний бік;

поміняти місяцями тощо.

***Метод ідеалізації*** базується на ініціюванні уявлення про ідеальне вирішення проблеми, що може “наштовхнути” на усвідомлення якоїсь нової ідеї.

***Метод ″мозкового штурму″*** зводиться до творчої співпраці певної групи спеціалістів заради вирішення проблеми за допомогою, наприклад, проведення дискусії з конкретного кола питань.

***Метод конференції ідей*** відрізняється від методу ″мозкового штурму″ тим, що допускає доброзичливу критику у формі репліки або коментарю. Вважається, що така критика може підвищити цінність висунутих ідей.

***Метод колективного блокнота*** поєднує індивідуальне висунення ідеї з колективною оцінкою. При цьому кожний учасник отримує блокнот, у якому викладена суть вирішуваної проблеми. Протягом певного часу (звичайно місяця) кожний учасник обговорення записує у блокноті власні ідеї щодо вирішення певної проблеми. Потім блокноти отримує керівник групи учасників для узагальнення накопиченої інформації. Лише після завершення цієї процедури організовується творча дискусія і приймається відповідне рішення щодо нової підприємницької ідеї.

***Метод контрольних запитань.*** Його сутність полягає у тому, щоб ініціювати вирішення обговорюваної проблеми з допомогою певних запитань, що мають стимулювати власні міркування щодо висунутої нової ідеї.

Сутність ***методу фокальних об’єктів*** зводиться до перенесення ознак випадково вибраних об’єктів на об’єкт, що потребує вдосконалення. Останній перебуває у фокусі перенесення і тому його названо фокальним.

***Метод морфологічного аналізу*** заснований на використанні комбінаторики, тобто дослідженні всіх можливих варіантів, виходячи з закономірностей будови (морфології) об’єкта, що підлягає вивченню й аналізу.

Отже, якщо з´явилася ідея створення власного бізнесу та її практичного втілення, потрібно ще до початку активних дій ретельно зважити всі можливості підприємства, врахувати перепони і ризики розпочатої справи.

3. Мотивація підприємництва.

Мотивація підприємництва – це спонукання людини до підприємницької діяльності. В основі цієї мотивації лежать підприємницькі інтереси, що проявляються у формі реалізації потреби підприємця та соціально-економічних умов її здійснення. З метою формування сучасної системи мотивації підприємниця слід ураховувати такі основні складові:

(рис. 1, як: поєднання матеріального й морального заохочення; гарантія збереження робочого місця як соціальне забезпечення; відповідність кваліфікації, творчого потенціалу, компетентностей підприємця та найманих працівників, характеру робіт; потреба працювати серед професіоналів; клієнтоорієнтованість; бажання самореалізуватися у певній сфері (галузі); інтерес до власної справи; прагнення проявитися як лідер тощо.

