

ТЕНДЕНЦІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Горячева Кіра
ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ
УСЛОВИЯХ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Horyacheva Kira
TRENDS IN MODERN BUSINESS
CONDITIONS

Актуальність. Не дивлячись на те, що підприємництво – це основа розвитку економіки, до теперішнього часу залишається неможливим досягти стабільних умов для ведення бізнесу як в нашій країні, так і в економіках зарубіжних країн. Тому доцільним буде спостереження і оперативна адаптація до змін факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, а також застосування зарубіжного досвіду.

Постановка завдання. Розглянути поняття підприємницької діяльності, дізнатися про аспекти підприємницької діяльності. Ознайомитися з видами підприємств. Розглянути новий підхід до організації підприємницької діяльності на підприємстві. Дослідити фактори зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Розглянути інтрапренерство як спосіб ведення бізнесу суб'єктів господарювання.

При дослідженні стану економіки на мікрорівні в підприємстві доцільно виділяють наступні аспекти: – економічний аспект (підприємець організовує роботу використовуючи наявні в його розпорядженні засоби виробництва для досягнення цілей, які часто виражаються в певних економічних показниках, найважливішим з яких є прибуток); – особистісно-психологічний аспект (підприємець повинен володіти певними навичками і характеристиками – комунікабельність, лідерство, вміння бачити нове і т.д.).

Для потенційних підприємств існує дві причини відмови від ведення бізнесу: 1) відсутність підприємницьких можливостей; 2) відсутність розуміння як вести підприємницьку діяльність. Проте, можливість існує завжди. Це означає, що не всі бажають і можуть.

Все більшого значення набуває внутрішньофірмова підприємницька діяльність (інтрапренерство). Співробітник може бути найманим в організації, але при цьому шукати і знаходити шляхи вдосконалення діяльності, шукати нові джерела доходу організації, при цьому змінюється і його роль в організації. Він перетворюється з статті «Витрати», яка пов'язана з необхідністю виплати йому заробітної плати і соціальних відрахувань в джерело доходу. Співробітник компанії становиться в один ряд з його співвласником і може розраховувати на підвищення особистих доходів. Все більша кількість організацій підтримує такий підхід і захоплює його. Однак існує і загроза, яка пов'язана з тим, що співробітника можуть перекупити або він може відкрити свій власний бізнес [3].

Найпоширеніший спосіб отримати гроші, якщо ви не народилися багатим, – це працювати. Але, по-перше, ви опиняєтесь в умовах жорстокої конкуренції з боку таких самих працівників (щоб отримати більше, ніж вони, ви повинні бути кращими в своїй справі, що не легко); по-друге, сучасна економіка сильно змінюється, в ній виникають структурні зміни, зрушення і темп таких змін значно нарощуються останнім часом, що може призводити і вже призводить до вимивання цілих сегментів економіки і сфер зайнятості населення [1].

Але якщо ви підприємець, це вказує на те, що ви вмієте пристосовуватись і здатні шукати можливості в нових умовах.

Розглянемо роботу підприємства з точки зору його оточення: внутрішнє середовище підприємства; – зовнішнє середовище прямого впливу/мікросередовище: ринки збуту, посередники, ринки сировини, конкуренти; зовнішнє середовище опосередкованого впливу/макросередовище: економічна обстановка, політична обстановка, соціальні фактори, науково-технічні фактори, фактори культурного середовища, демографічні фактори, природне середовище, законодавство.

Основною вимогою до організації виробництва – це гнучкість підприємства, чого ніколи не вдається досягти стовідсотково. Тому найважливішою метою для держави – є створення сталих умов для ведення бізнесу. Також для оперативного пристосування до умов ринку все частіше включають самого споживача, який допомагає компанії покращувати і трансформувати свої продукти. А з зростанням автоматизації виробництва, включаючи автоматизацію проектування ми опиняємось на порозі виробничого типу, де практично виключаються посередники в транслюванні питань споживачів. Мова йде про так звані smart-заводи [2]. Машини зможуть самостійно приймати всі рішення і видавати на виході продукт, орієнтуючись на миттєвий запит споживача. Значення підприємця – організувати систему збору таких запитів споживача і організувати саме виробництво.

Відомі підприємці завжди відігравали вагомую роль в створенні і розвитку успішних компаній в минулому і теперішньому. Але зараз спостерігається зниження цієї ролі. На перший план виходять підприємницькі структури, тобто ті компанії, в яких заохочується підприємництво і всі співробітники залучені до цього процесу. Мова йде про колективні інновації, тому і задача керівника – це створення умов для формування таких інновацій, що в кінці забезпечить самореалізацію людей.

В сучасних умовах технології виробництва, організація виробництв – стають складніше, роль окремих підприємців і інноваторів – людей, здатних щось винайти або придумати і запустити виробництво, дещо знижується. Не однієї конкурентної переваги або однієї більш ефективної технології виробництва, боротьба йде за кожен соту відсотка економії і вигоди на всіх стадіях виробничого процесу [4].

У зв'язку з цим, все більше говорять про колективні інновації, тому і завдання керівника часто розглядаються – як створення умов для формування таких інновацій та розвитку внутрішньофірмового підприємництва, в кінцевому підсумку, для творчості і самореалізації людей, розширюючи їх до клієнтів компанії, які також можуть брати участь в процесах поліпшень.

Висновки. Відомі підприємці завжди відігравали вагомую роль в створенні і розвитку успішних компаній в минулому і теперішньому. Але зараз спостерігається зниження цієї ролі. На перший план виходять підприємницькі структури, тобто ті компанії, в яких заохочується підприємництво і всі співробітники притягнені до цього процесу. Мова йде про колективні інновації, тому і задача керівника – це створення умов для формування таких інновацій, що в кінці забезпечить самореалізацію людей.

Список використаних джерел:

1. *Баффет У.* Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями / Уорен Баффет: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 268 с.
2. *Друкер П.* Бизнес и инновации / Питер Ф. Друкер: Пер. с англ. – М. : ООО «И.Д.: Вильямс», 2009. – 432 с.
3. *Харгадон Э.* Управление инновациями. Опыт ведущих компаний / Эндрю Харгадон: Пер. с англ. – М. : ООО «И.Д.: Вильямс», 2006. – 304 с.
4. *Харниш В.* Развитие бизнеса инструменты прибыльного роста / Верн Харниш: Пер. с англ. – М. : «МИФ», 2016. – 470 с.