ТЕМА 7 ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ УСПІХ

 Ключові поняття: підприємницький успіх, ділова активність, складові підприємницького успіху, підприємець як центральна постать ринкової економіки

**7.1. Сутність і складові підприємницького успіху**

Досвід країн з розвинутою і соціально орієнтованою ринковою економікою підтверджує, що сучасне цивілізоване підприємництво є визначальною і необхідною умовою досягнення не лише економічного успіху, а й суспільного визнання соціальної значущості і корисності будь-якої господарської розумової та фізичної діяльності.

Намагання бути удачливим є одним з основних бажань людини. Тому можна стверджувати, що успіх завжди відбиває результат ділової активності підприємця. Саме за рівнем досягнутого успіху оцінюють підприємця, вибрану ним царину діяльності. А часто й сама людина, намагаючись оцінити, як склалося життя, звертає увагу на те, чи мала успіх її діяльність та які результати вона принесла.

Досягнення віддзеркалюють результати будь-якої діяльності (наприклад, підприємницької), тобто їх можна вважати наслідком суспільно корисної праці тієї або іншої особистості. Постійне намагання досягти найбільшого успіху є характерним для винятково сильних особистостей.

Поняття ділового успіху наші підприємці-початківці досить часто розуміють дуже своєрідно. Для них важить тільки досягнення своїх власних цілей без огляду на оцінку їх громадською думкою. При цьому вони виходять з того, що конкуренція — це протиборство кожного з усіма і будь-якими засобами.

Проте досягнутий успіх не можна вважати справжнім, якщо він зумовлений діями, спрямованими проти когось. Справжнім (суспільно цінним) є успіх, досягнутий через дії не проти інших, а спільно з іншими.

Успіх на шкоду іншим — це пряма невдача для підприємця. Наприклад, за умов загального зубожіння населення окремі «бізнесмени» вважають власним успіхом накопичення великих сум грошей. А як вони користуються цими грошима? Купують усе розкішніші автомобілі? Програють у численних казино? Це, звичайно, особисте питання, але саме в цьому закладено відповідь на те, що можна вважати справжнім успіхом підприємницької діяльності.

Річ у тому, що певний (більший або менший) успіх ініціюється різними уявленнями про нього (складниками успіху).

Наприклад, у різних сферах діяльності є бізнесмени (підприємці), котрі вважають за власний успіх *практичну реалізацію своєї ідеї.* Інші вважають господарсько-фінансовим успіхом *не­допущення банкрутства* своєї фірми за будь-яку ціну. А ще інші вважають успіхом своєї діяльності можливість розширити власне виробництво, збільшити кількість потрібних суспільству товарів і послуг, *створити нові робочі місця* тощо. Ясна річ, що тільки останнє може дати підприємцю справжнє моральне задоволення, визнання з боку суспільства, а відтак — забезпечити справжній і тривалий діловий успіх.

Варто зазначити, що основою підприємницького успіху є не лише досягнення, а й почуття великої відповідальності. Підприємець свідомо наражається на ненормований робочий день, ризик втрати капіталу, нефіксований (недостатньо передбачуваний) дохід, відповідальність за людей тощо.

У підприємництві *поняття успіху пов 'язане насамперед з до­сягненням результату, очікуваного при започаткуванні реалізації проекту або ідеї.* За цивілізованого розуміння успіху треба брати до уваги передовсім морально-етичні його аспекти, а вже потім фінансові. Отже, підприємницький успіх для правильного розуміння його суті має бути оцінений з урахуванням того, наскільки вдалося здійснити власну ідею, самоутвердитися змінити хід подій на краще тощо. Гроші, капітал, прибуток, природно, є важливими складовими успіху, але вони не можуть бути його головною метою (самоціллю).

Особливо важливим є розуміння економічної аксіоми, сутність якої така: ***аби підприємство було успішним упродовж тривалого часу й досягло своїх цілей, його діяльність має бути результативною та ефективною.***

За словами П. Друкера, результативність зумовлена тим, що підприємство виробляє потрібні на ринку продукти (товари), а ефективність є наслідком того, що ці потрібні комусь товари виробляються найраціональнішим способом. П. Друкер вважав, що результативність та ефективність діяльності підприємства як критерії успішної його діяльності є однаково важливими .

Ще рано стверджувати, що в Україні підприємництво в цілому має цивілізований характер. Проте не можна заперечувати наявність деяких його позитивних проявів.

До останніх можна віднести:

* поступову переорієнтацію підприємницької діяльності на виробництво і ефективне (не спекулятивне) посередництво;
* визнання підприємцями здорової конкуренції як нормальної економічної ситуації на вітчизняному і світовому ринках;
* усвідомлення необхідності пошуку власної ніші на ринку лише через продукування конкурентоспроможних (технічно досконалих, високоякісних і доступних за цінами) виробів і добре організовану рекламу;
* намагання більшості підприємців опанувати мінімально необхідні знання в галузі економіки і організації насамперед малого бізнесу, колективного і державного підприємництва в цілому підвищенням кваліфікації і перенавчанням у відповідних навчальних центрах та закордонним фаховим стажуванням.

Можна небезпідставно вважати, що в нашій країні підприємництво складається з двох окремих секторів.

Перший репрезентують ті, хто ставить собі за мету заробляти гроші будь-яким способом (таких, на жаль, зараз більшість).

Другий — ті, хто має розроблену і чітко зорієнтовану програму діяльності. Такі підприємці також мріють заробити «великі гроші», але при цьому не покладаються на щасливий випадок, а розраховують досягти мети реалізацією свого конкретного нового задуму. Вони і є представниками цивілізованого підприємництва (благородного бізнесу). При цьому варто зазначити таке: на етапі формування початкового капіталу можливий широкий діапазон видів діяльності, але він буде вужчати з нагромадженням капіталу, поступово обмежуючись лише профільними або найприбутковішими.

У будь-якому разі необхідно дуже хотіти досягти підприємницького успіху. Але конкретний шлях до нього залежить від уміння самого підприємця вибрати свою ділову стратегію і від тих умов, що в них розгортається діяльність бізнесмена. Коли суспільні умови не відповідають перспективним вимогам активного розвитку бізнесу, то в такій ситуації непоодинокі підприємці використовують тактику «зірвати куш і втекти». Це означає, що за таких умов господарювання неможливе перевантаження цивілізованого типу підприємництва.

**7.2. Підприємець як визначальна особистість у бізнесі**

Необхідною передумовою започаткування і здійснення під­приємництва є наявність самих підприємців. Успіх підприємницької діяльності багато в чому залежить від здібностей і таланту людини, яка нею займається. Це робить підприємця центральною постаттю ринкової економіки, визначальною особистістю в бізнесі. Постать підприємця, як основного суб'єкта ринкових відносин є ключовою в конструкції ринку. Його небезпідставно вважають центральною фігурою в бізнесі та інколи порівнюють з полководцем, здатним із меншими силами виграти бій у кількісно переважаючого противника.

Багато хто вважає, що єдиною метою підприємця є отримання прибутку, проте це не так. Справді, кінцевою метою діяльності підприємця є забезпечення її прибутковості через раціональну організацію праці та використання ресурсів. Але діяльність підприємця спрямована на створення умов задля успішного функціонування його бізнесу, виходячи з того, що *прибуток не є причиною здійснення підприємницької діяльності, а лише результатом її успішної діяльності.*

Поняття «підприємець» тісно переплітається з поняттям «господар». Збіг понять «власник» й «підприємець» характерний передусім для малого, середнього, і так званого дрібного підприємництва. У великому виробництві, як правило, відбувається диференціація власника і підприємця. Керівник підприємства, виконуючи підприємницькі функції, може не бути власником, наприклад, у разі акціонерної форми підприємства. В основі розподілу функцій власника й підприємця лежить відокремлення капіталу-функції від капіталу-власності. Отже, підприємець завжди є власником певного капіталу і водночас якоюсь мірою менеджером.

Менеджмент і підприємництво стають мистецтвом, коли успіх визначається талантом інтуїції і передбачення. Разом із тим, ототожнювати підприємця з менеджером не слід — їх функціональна сутність різна. З одного боку, підприємництво ширше управлінської діяльності, а з другого — ефективне управління під силу не кожному підприємцю.

У теперішніх умовах поняття «підприємець» і «менеджер» нерідко збігаються, хоча один із них — власник, а інший — керуючий бізнесом. На практиці багато власників, котрі виконують функції менеджерів, але й немало менеджерів стали власниками засобів виробництва, якими вони раніше управляли.

Підприємця від інших людей відрізняють три особливості:

1) прагнення до незалежності;

2) посилене прагнення досягти мети;

3) схильність до ризику.

Підприємці продукують, поставляють і просувають на ринок нові товари або послуги, відшукують нові ресурси або застосовують старі, але по-новому, прагнуть не лише організувати виробництво, а й підвищити його ефективність. Вони ладні нести відповідальність за помилки, так само як і отримувати винагороду в разі успіху. Чимало підприємців неодноразово зазнавали краху, перш ніж досягти успіху. Притаманна їм сила духу допомагала розпочинати все спочатку.

Таким чином, підприємці — це люди, які беруть на себе ініціативу поєднання ресурсів у єдиний процес виробництва, керують підприємством, запроваджують у виробництво нові технології та беруть на себе ризик організації справи з метою в перспективі отримати додатковий дохід. Цей дохід є результатом реалізації особливих здібностей підприємця виключно раціонально поєднувати фактори виробництва, ґрунтуючись на інноваційному ризиковому підході. Підприємець використовує у виробництві новітню техніку й технологію, по-новому організує працю, по-іншому керує підлеглими. Внаслідок цього індивідуальні витрати виробництва в нього нижчі від суспільних, на основі яких установлюється ринкова ціна.

Найважливішим висновком з усього вище зазначеного є розуміння того, що *успіх будь-якої підприємницької діяльності* багато в чому залежить від здібностей і таланту людини, яка нею займається. Це, власне, й робить підприємця ключовою постаттю ринкової економіки. Сучасний підприємець — це і суб'єкт, і необхідна складова підприємництва, його специфічна рушійна продуктивна сила.

З'ясовуючи низку якостей, що необхідні підприємцю не можна обійти увагою дослідження японських учених, які на основі досліджень визначили найважливіші ділові якості особистості підприємця, а саме:

* постійна готовність до господарського ризику;
* орієнтація в бізнесовій діяльності на максимальну ефектив­ність виробництва і високу якість товарів;
* рішучість та цілеспрямованість у своїй діяльності;
* намагання бути всебічно інформованим щодо вибраного на­пряму бізнесу;
* планомірність і чіткість у роботі, реалізації тактики й стра­тегії підприємництва;
* здатність переконувати партнерів і встановлювати необхідні господарські зв'язки;
* незалежність і впевненість у собі, правильність вибору виду підприємницької діяльності;
* уміння протистояти будь-якому натиску ззовні, шантажу та іншим протиправним діям;
* готовність до пошуку нових можливостей, а також ініціатив­ність у власній справі;
* наполегливість у досягненні поставленої мети.

Особисті ділові якості підприємця, безумовно, справляють по­зитивний *вплив на успіх його бізнесової діяльності.* Проте треба бачити й інший бік цієї проблеми. Справжнього і відчутного під­приємницького успіху, мабуть, не досягне людина, котра:

* об'єктивно не здатна приймати обґрунтовані рішення;
* не вірить у себе, свою підприємницьку ідею;
* ставиться з підозрою до людей і не здатна на повагу і дружбу;
* не сприймає чужих думок і пропозицій;
* не утруднює себе виваженою аналітичною діяльністю.

Практика свідчить, що не варто займатися бізнесом людині, яка не схильна до сумлінної праці (просто ледача); не поважає себе, занадто впевнена; не любить інших людей, не вміє і не хоче спілкуватися з ними, не готова до самопожертви; не відчуває не­обхідності постійно вчитись і поповнювати свої знання; не має особливого тяжіння до творчої праці та генерування нових ідей і проектів.

Звичайно, перелік позитивних ділових якостей, які варто роз­вивати, та шкідливих звичок підприємця, яких треба якнайскоріше позбутися, можна було б продовжувати. Але й сказаного до­сить для підсумку: підприємництвом не варто займатися людині, яка нездатна спиратися на власні сили. Підприємництво — це пе­редовсім самостійність і відповідальність; воно не завжди потре­бує значних матеріальних і фінансових ресурсів.

Підприємець має бути впевненим у собі та своїх здібностях. Проте варто остерігатися того, щоб така ділова риса підприємця не перетворилася у самовпевненість, яка може стати згубною для нього. Таку небезпеку можна звести до мінімуму, якщо підпри­ємець буде реально оцінювати себе та навколишню дійсність. Ре­альність вимагає виваженого експертного оцінювання свого під­приємницького задуму і можливих способів його практичної реалізації.

У зв'язку з цим стає обов'язковою і ще одна вимога до під­приємця: не треба ні поспішати з реалізацією нової ідеї, ні бари­тися з цим. Вихід із такої суперечливої ситуації може бути лише один: будь-яка нова ідея має дозріти; треба добре опрацювати нову ідею і побудувати детальну схему її реалізації. Це робота дуже важлива, оскільки саме вона є запорукою майбутнього під­приємницькою успіху.

Постійна підприємницька активність передбачає пошуковий характер діяльності. Ініціативний пошук нових можливостей ще задовго до того, коли до таких дій спонукатиме реальна економіч­на ситуація, потребує ретельного вивчення і детального знання підприємницького середовища, визначення нового головного зав­дання.

При цьому підприємницький успіх значною мірою залежати­ме від уміння підприємця розробити якісний бізнес-план, про­граму своїх наступних дій.

Підприємець майже ніколи не може реалізувати ідею власни­ми силами. Домогтися підприємницького успіху зможе той, хто здатний створити необхідну команду однодумців. У зв'язку з цим підприємець має швидко і безпомилково розв'язати проблему пошуку і прийняття на роботу фахівців потрібного профілю і кваліфікованих робітників з високою культурою праці.

Зазначене дає змогу сформулювати важливий висновок: під­приємець є людиною з яскраво вираженими рисами лідера, із здатністю впливати на інших людей. Такі здібності ми, звичайно, характеризуємо через певні поняття (терміни): «мати вагу», «ма­ти авторитет», «уміти примушувати підкорятися». З цього погля­ду для підприємця є важливим досвід спілкування з людьми, вміння встановлювати й підтримувати особисті контакти. Крім того, підприємець має бути фізично й емоційно витривалою лю­диною, що здатна довго й плідно працювати.

Підприємець має виконувати суспільну функцію, його діяль­ність необхідна будь-якому суспільству. Діяльність підприємців є ефективною і корисною.

По-перше, підприємець особисто заін­тересований у своїй справі, тому він використовує свої знання для розширення масштабів власного бізнесу і завдяки цьому має більше шансів досягти успіхів.

По-друге, підприємець може швид­ше і з меншими зусиллями задовольнити суспільні потреби і рин­ковий попит, оскільки завжди намагається передбачити останній ще на стадії формування і завдяки цьому отримати певний зиск раніше за своїх конкурентів (суперників).

 По-третє, діяльність підприємця сприяє тому, що задоволення ринкового попиту від­бувається з меншими витратами для суспільства.

Вітчизняний досвід свідчить: поки що наші підприємці пра­цюють на невисокому професійному рівні. Україна стала на мало­ефективний шлях підприємництва, коли між виробниками й спо­живачами діє невиправдано велика кількість підприємців-посередників. Об'єктом підприємницької діяльності має стати насам­перед товар, продукт, послуга. Отже, нам треба форсувати розви­ток благородного бізнесу, який є основою будь-якої цивілізованої економіки.

Справжнє підприємництво — це організація виробництва, а вже потім заробляння грошей, накопичення стартового капіталу. Враховуючи це, формула бізнесу матиме такий вигляд: гроші (капітал) — виробництво — товар — більші гроші. Це означає, що в бізнесі не можна продукувати гроші з нічого, підприємниц­тво є наслідком копіткої праці зі створення підприємства (фірми) і організації виробництва товарів для ринку. Підприємцем має бути професійно підготовлена людина, а для цього треба вчитись й збагачуватись практичним досвідом постійно. Саме таким осо­бистостям сприяє підприємницький успіх.

**7.3. Інформаційне обслуговування підприємництва**

У концепції підприємницького успіху досить важливу (інколи й визначальну) роль відіграє комерційна інформація, тобто певна сукупність відомостей, що дає змогу діловій людині приймати правильні управлінські рішення у сфері бізнесової діяльності.

Що і як продукувати, з якими якісними характеристиками і спо­живчими властивостями, де і як продати товар, рекламувати його тощо — з усіх цих питань підприємець може прийняти опти­мальне рішення лише на основі необхідної інформації. Чим пов­нішою і вірогіднішою є зібрана підприємцем інформація, тим ефективнішим буде прийняте рішення.

Сучасна система господарювання не може ефективно функ­ціонувати без широкого розвитку інформаційного підприємницт­ва як професійного виду діяльності. Інформаційне підприємницт­во інтегрує кілька напрямів, що здатні розвиватися на самостій­ній основі (рис. 8.1)

Надання юридичних послуг і забезпечення навчально-довідковою

літературою

Здійснення ефективної реклами

Проведення маркетингових досліджень

Управлінське консультування

( консталинг )

Професійна освіта і підвищення кваліфікації

Рис. 7.1. Сучасні основні напрями інформаційного підприємництва

■ *Професійна освіта і підвищення кваліфікації* за змістом і практичною спрямованістю відбивають безперервний процес навчання (підготовки) майбутніх підприємців та перенавчання (набуття нових знань і професійних навиків) тих менеджерів, котрі не мають достатнього досвіду роботи у сфері підприєм­ництва. Підготовка і періодичне підвищення кваліфікації під­приємницьких кадрів набувають особливого значення на етапі активного реформування економіки України на ринкових за­садах.

Навчання бізнесу зараз здійснюється в широкій мережі вищих і середніх спеціальних навчальних закладів (університетів, ака­демій, інститутів, коледжів, гімназій, професійно-технічних учи­лищ) і різноманітних центрів підвищення кваліфікації (міжнародних і вітчизняних інститутів менеджменту і підприємництва, шкіл бізнесу тощо). Особливо корисним є стажування безпосередньо в зарубіжних фірмах (компаніях, корпораціях), які мають великий досвід ефективного господарювання в умовах розвинутої ринко­вої економіки.

Така специфічна освітянська діяльність базується на поши­ренні й засвоєнні інформації трьох видів:

1) основних професій­них знань, необхідних кожному, хто започатковує і постійно здійснює підприємницьку діяльність;

2) узагальненні найефектив­ніших форм і методів організації підприємництва, які досі ще ма­ло відомі широкому загалу підприємців;

3) періодичному інструк­туванні підприємців щодо практичного застосування нових зако­нодавчих та нормативних актів (законів, указів Президента, роз­поряджень і постанов Кабінету Міністрів України, різноманітних положень та інструкцій тощо).

При цьому важливо наголосити на винятковій практичній зна­чущості саме таких форм і методів студіювання, оскільки самі підприємці стають носіями загальноекономічної та комерційної інформації, необхідної для здійснення ефективної бізнесової діяль­ності.

■ *Управлінське консультування (консалтинг)* підприємниць­ких структур широко використовується і забезпечує достатній економічний зиск. Це зумовлено тим, що підприємництво є до­сить специфічним, багатогалузевим і складним видом діяльності, а підприємці не можуть мати однаково глибокі професійні знання і навички з усіх конкретних її напрямів.

Варто особливо наголосити на консультативній діяльності стосовно різноманітних підприємницьких проектів, що започат­ковується в Україні. Такі послуги на професійному рівні, вклю­чаючи експертне оцінювання нової підприємницької ідеї і моде­лі її реалізації, конкретні техніко-економічні розрахунки і про­позиції, майже завжди забезпечують достатньо високу ефектив­ність тієї або іншої підприємницької діяльності. До цього тре­ба додати, що важливим напрямом консалтингу є інноваційна сфера підприємництва, коли консультанти (за кордоном їх не­безпідставно називають виробничими і фінансово-господарсь­кими чародіями) обґрунтовано рекомендують підприємцям ви­користати нові нестандартні рішення щодо застосування но­вітніх технологій, «ноу-хау», устаткування, систем управління тощо.

■ *Надання юридичних послуг і забезпечення навчально-довід­ковою літературою* істотно полегшують активну підприємницьку діяльність, оскільки сприяють підготовці й прийняттю науко­во обґрунтованих технічних, організаційних і соціально-еконо­мічних рішень. Спеціалізовані професійні фірми для надання юридичних послуг різноманітним підприємницьким структурам розгортають свою діяльність як важливий складник інфраструк­тури підприємницької діяльності в Україні. При цьому необхідно врахувати той факт, що чимало потужних підприємницьких струк­тур мають власні юридичні групи, спроможні розв'язувати всі завдання правового регулювання бізнесових взаємовідносин парт­нерів.

Забезпечення підприємців навчально-довідковою літературою стає все більш нагальним завданням інформаційно-видавничих структур економічного і соціального спрямування. Сучасні ґрун­товні навчальні посібники з питань практичної організації та ефективності підприємництва, словники та довідники допомага­ють діловим людям ефективніше господарювати.

■ *Маркетингові дослідження,* що мають постійно проводити­ся спеціалізованими науково-дослідними інституціями галузево­го підпорядкування або працівникам внутрішньо-фірмової служби маркетингу, вочевидь, повинні забезпечувати підприємцям мож­ливість діяти відповідно до вимог ринку і потреб споживачів. Тому обґрунтовані рекомендації стосовно визначення попиту і ринкових вимог до товару, можливих цін, найбільш вдалого мо­менту виходу на ринок та його рекламного супроводу безперечно сприятимуть підвищенню ефективності діяльності підприємців України.

■ *Активна реклама* кваліфікується підприємцями як важливий засіб формування свого кола споживачів, привернення їхніх сим­патій. Успішна реклама є своєрідною «візитною карткою» діяль­ності будь-якого підприємця.

Вище наведені напрями інформаційного обслуговування під­приємництва можуть стати найефективнішими, якщо будуть ви­користовуватися узгоджено і комплексно. Зрозуміло, що інфор­маційна база підприємництва має формуватись не лише за ра­хунок звернення до відповідних секторів (організаційних утво­рень) ринкової інфраструктури, а й нагромадженням економіч­ної інформації у процесі власної Підприємницької діяльності. Задля досягнення підприємцем особистого успіху варто навчи­тись науково виваженій процедурі і культурі аналізу власної ді­яльності.