

Тема лекції: Суб'єкти підприємницької діяльності. Цілі та місія підприємства.
Класифікація, правовий статус та життєвий цикл організації.

План лекції.

1. Суб'єкти підприємницької діяльності
2. Цілі та місія підприємства
3. Класифікація та правовий статус організації
4. Життєвий цикл організації

1. Суб'єкти підприємницької діяльності можна розділити на дві категорії:

- індивідуальне підприємництво фізичних осіб (громадян);
- підприємництво юридичних осіб.

Індивідуальна підприємницька діяльність здійснюється громадянином від свого імені і на свій ризик.

Юридичними особами визначаються організації, які мають відокремлене майно, можуть від свого імені набувати майнові та особисті немайнові права, нести обов'язки, бути позивачами і відповідачами в суді. На відміну від фізичної особи, юридичні особи не є живими істотами та існують незалежно від фізичних осіб, які їх утворили.

За обсягами господарської діяльності домінуюче місце серед суб'єктів підприємництва належить підприємству як юридичній особі.

Підприємство – основна організаційна ланка народного господарства України, самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу).

Підприємство виникає в процесі об'єднання трудових ресурсів і майна, необхідних для здійснення господарської діяльності. Незважаючи на велику різноманітність підприємств (завод, фабрика, магазин, перукарня, банк, їдальня тощо), усім їм притаманні спільні риси.

По-перше, підприємство є технологічно відособленою сукупністю засобів виробництва та робочої сили.

По-друге, кожне підприємство – це ланка у національній або навіть міждержавній економіці. Воно зосереджується на виготовленні певних товарів,

виконанні робіт, наданні послуг за окремим найменуванням або в асортименті. Тобто виробничі процеси в рамках підприємства набувають завершеності у вигляді кінцевого результату. Нехай в одному випадку це буде трактор, а в іншому – тільки деталь для цього трактора, але для відповідних підприємств то буде кінцева продукція.

По-третє, кожне підприємство характеризується економічною відособленістю. Все майно підприємства, з усіма засобами виробництва та технологіями є власністю його засновників. Підприємство розпоряджається своїм майном. На цій підставі воно самостійно складає свою виробничу програму, набирає кадри, здійснює управління виробничим процесом, реалізує одержану продукцію, відшкодовує свої витрати та отримує прибуток. В економіці підприємства в мініатюрі відбивається вся економіка, з усіма її головними процесами: виробництвом, обміном, розподілом.

По-четверте, підприємство – це соціальний осередок суспільства, певний колектив співробітників, що об'єдналися на професійній основі. Було б неправильно обмежити все життя підприємства лише технологічними та господарськими процесами. На підприємствах проходить важлива частина життя людини, через колектив відбувається її розвиток, духовне зростання.

Функцією кожного підприємства є максимально можливий випуск суспільно корисної продукції при найменших витратах.

По-п'яте, підприємство має самостійний баланс, розрахункові (поточні) та інші рахунки в установах банків, печатку зі своїм найменуванням, а також фірмовий (товарний) знак для товарів і послуг. Підприємство не має у своєму складі інших юридичних осіб.

По-шосте, підприємство здійснює будь-які види господарської діяльності, якщо вони не заборонені законодавством України і відповідають цілям, передбаченим статутом підприємства.

Однією з головних умов діяльності суб'єктів підприємництва є їх державна реєстрація.

2. **Місія** - чітко виражена причина існування організації на ринку. Місія деталізує статус фірми і забезпечує напрям і орієнтири для визначення цілей і

стратегій на різних організаційних рівнях. Формулювання місії повинне містити наступне:

1. Задача фірми з погляду її основних послуг або виробів, її основних технологій. Простіше кажучи, якою підприємницькою діяльністю займається фірма?

2. Зовнішнє середовище по відношенню до фірми, яка визначає робочі принципи фірми.

3. Культура організації. Якого типу робочий клімат існує усередині фірми? Якого типа людей привертає цей клімат?

Значення відповідної місії, яка формально виражена і ефективно представлена співробітникам організації, неможливо перебільшити. Вироблені на її основі цілі служать як критерії для всього подальшого процесу ухвалення управлінських рішень. Якщо керівники не знають, яка основна мета їх організації, то у них не буде логічної точки відліку для вибору якнайкращої альтернативи.

Без визначення місії як орієнтиру керівники мали б за основу для ухвалення рішень тільки свої індивідуальні цінності.

Деякі керівники ніколи не піклуються про вибір і формулювання місії своєї організації. Часто це місія здається їм очевидною. Якщо запитати типового представника дрібного підприємництва, в чому його місія, відповіддю, ймовірно, буде: "Звичайно, одержувати прибуток". Але якщо ретельно обдумати це питання, то невідповідність вибору одержання прибутку як загальної місії стає явною, хоча, поза сумнівом, воно є істотною метою.

Прибуток є повністю внутрішньою проблемою підприємства. Оскільки організація є відкритою системою, вона може вижити тільки, якщо задовольнятиме якусь потребу, що знаходиться зовні неї самої. Щоб заробити прибуток, необхідний їй для виживання, фірма повинна стежити за середовищем, в якому функціонує. Тому саме в навколишньому середовищі керівництво підшукує загальну мету організації. Щоб вибрати відповідну місію, керівництво повинне відповісти на два питання: "Хто наші клієнти?" і "Які потреби наших клієнтів ми можемо задовольнити?" Клієнтом в даному контексті буде будь-хто, хто

використовує результати діяльності організації. Клієнтами некомерційної організації будуть ті, хто використовує її послуги і забезпечує її ресурсами.

Необхідність вибору місії була визнана видатними керівниками задовго до розробки теорії систем. Генрі Форд, керівник, що добре розумів значення прибутку, визначав місію компанії "Форд" як надання людям дешевого транспорту. Він правильно відзначав, що, якщо хтось це робить, то прибуток навряд чи пройде мимо.

Вибір такої місії організації, як прибуток, обмежує можливість керівництва вивчати допустимі альтернативи при ухваленні рішень.

Багато некомерційних організацій мають так багато різних "клієнтів", що їм важко представити відповідне формулювання мети. Хороші приклади можуть дати установи федерального уряду. Передбачається, що міністерство торгівлі повинне сприяти торгівлі. Але, на додаток до задоволення потреб американського підприємництва, міністерство торгівлі повинне також задовольняти потреби Конгресу, Президента і американської громадськості. Аналогічним чином лікарня повинна забезпечувати своїх пацієнтів, лікарів, медичних сестер, технічних працівників і місцеве суспільство, в якому вона здійснює свою діяльність. Не дивлячись на ці труднощі, некомерційна організація повинна сформулювати відповідну, орієнтовану на "клієнта" місію для себе самої.

Для малої організації небезпека полягає у виборі дуже складної місії. Тоді як гігант "ІВМ" може і повинен визначати свою місію як задоволення інформаційних потреб, новачок в галузі ЕОМ може обмежити свою мету спочатку наданням програмного забезпечення, сумісного з "ІВМ", або устаткування для обробки текстів, або мікро-ЕОМ для побутових цілей і малих підприємств.

На основі загальної місії формулюються загальний фірмові цілі. Щоб зробити істинний внесок в успіх організації, цілі повинні володіти рядом характеристик. По-перше, цілі повинні бути *конкретними і вимірними*. Формулюючи свої цілі в конкретних вимірних одиницях, керівництво створює чітку базу відліку для подальших вирішень і оцінки ходу роботи.

По-друге, цілі повинні бути орієнтовані в часі. Довгострокові цілі формулюються в першу чергу. Потім виробляються середньо- і короткострокові цілі для забезпечення довгострокових цілей.

По-третє, цілі повинні бути *досяжними*. Якщо цілі не досяжні, прагнення працівників до успіху буде заблоковано, а їх мотивація слабшатиме.

По-четверте, цілі повинні *взаємно підтримувати одна одну* - тобто дії і рішення, необхідні для досягнення однієї мети, не повинні заважати досягненню інших цілей. Неможливість зробити цілі взаємно підтримуючими веде до виникнення конфлікту між підрозділами організації.

Цілі будуть значущою частиною процесу стратегічного управління тільки в тому, випадку, якщо вище керівництво правильно їх сформулює, потім проінформує про них підлеглих і стимулюватиме їх досягнення у всій організації.

3. Згідно з Господарським Кодексом України функціонують наступні види підприємств.

1. Підприємства, що засновані на приватній власності. Право приватної власності виникає на підставі отримання громадянином доходів від участі в суспільному виробництві, від індивідуальної праці, ведення підприємницької діяльності, вкладення коштів у кредитні установи, акціонерні товариства, а також на майно, одержане внаслідок успадкування або укладення інших угод, не заборонених законом. Об'єктами приватної власності є:

- індивідуальні підприємства, засновані на особистій власності фізичної особи та виключно на її праці;

- сімейні підприємства, засновані на власності та праці громадян України членів однієї сім'ї, що проживають разом;

- приватні підприємства, засновані на власності окремого громадянина України, з правом найму робочої сили;

- фермерські господарства;

- підприємства, засновані на власності іноземних громадян.

2. Підприємства, засновані на колективній власності. Право колективної власності виникає на підставі: добровільного об'єднання майна громадян та

юридичних осіб для створення кооперативів, акціонерних товариств, інших господарських товариств та об'єднань; передавання державних підприємств в оренду; перетворення державних підприємств в акціонерні та інші товариства; державних субсидій; пожертвувань організацій та громадян, інших цивільно-правових угод. У колективну власність можуть бути передані землі колективних сільськогосподарських підприємств, сільськогосподарських кооперативів, сільськогосподарських акціонерних товариств, зокрема створених на базі радгоспів та інших державних сільськогосподарських підприємств, землі садівничих товариств за рішенням загальних зборів. Власник самостійно володіє, користується і розпоряджається об'єктами власності, які йому належать. Вищими органами управління суб'єктів колективної форми власності є загальні збори, конференції, з'їзди тощо. Окремі функції господарського управління колективним майном можуть бути покладені вищими органами управління власника на створювані ними органи. Суб'єктами права колективної власності є:

- орендні підприємства;
- організації орендарів;
- товариства покупців;
- кооперативи;
- колективні підприємства в тому числі і колективні сільськогосподарські підприємства;
- споживчі товариства та їхні спілки;
- господарські товариства;
- спільні підприємства;
- об'єднання недержавних підприємств (асоціації, корпорації, консорціуми, концерни та інші об'єднання).

3. Підприємства, засновані на загальнодержавній власності. Об'єктом загальнодержавної власності є майно державних підприємств, а суб'єктом – держава в особі Верховної Ради України.

4. Підприємства, засновані на комунальній власності. Суб'єктами права комунальної власності є: адміністративно-територіальні одиниці в особі обласних, районних, міських, селищних, сільських рад народних депутатів.

Форми власності як економічні категорії системи відносин власності розглядаються під час аналізу статистичної та фінансової звітності підприємств, розробки статистичних бюлетенів разом з іншими класифікаціями, насамперед – організаційно-правових форм господарювання та видів економічної діяльності.

4. Життєвий цикл організації — сукупність стадій, які проходить організація за період свого життя: народження, дитинство, юність, зрілість, старіння, відродження.

Народження будь-якої організації пов'язане з необхідністю задоволення інтересів нового клієнта, з пошуком та займанням вільної ринкової ніші. Головна мета організації на цій стадії — виживання, що вимагає від керівництва організації таких якостей, як віра в успіх, готовність ризикувати, висока працездатність. Характерною для стадії народження є невелика кількість компаньйонів. Особливе значення на цьому етапі має надаватися всьому новому та незвичайному.

Дитинство — стадія небезпечна, оскільки саме в цей період відбувається неспівмірне в порівнянні зі зміною управлінського потенціалу зростання організації. На цій стадії більшість організацій, що утворюються, переживають крах через недосвідченість та некомпетентність своїх менеджерів. Тому основним завданням організації є зміцнення своїх позицій на ринку, при цьому особливе значення надається посиленню конкурентоспроможності. Головна мета організації на цій стадії — короточасний успіх та забезпечення бурхливого зростання.

Юність — це період переходу від комплексного менеджменту, здійснюваного невеликою командою однодумців, до диференційованого менеджменту з використанням простих форм фінансування, планування та прогнозування. Головна мета організації в цей період — забезпечення швидкого зростання і, як правило, повне захоплення своєї частини ринку. Стадія юності характерна тим, що інтуїтивна оцінка ризику керівництвом організації вже не є достатньою, що примушує менеджерів використовувати математичні оцінки можливих втрат у результаті дії ризику. У цей період організація потребує появи фахівців у вузьких сферах знань.

Зрілість — розвиток організації на цій стадії спрямовується на користь збалансованого зростання на основі стійкої структури та чіткого управління.

Керівник організації, як правило, задоволений логічністю та стрункістю системи управління, що зменшує його інтерес щодо таких питань, як адаптація до змін зовнішнього середовища, а також оновлення і децентралізація. Таким чином, стадія зрілості пов'язана з проникненням організації в нові сфери діяльності, розширенням і диференціацією. Проте саме в цей період активно зароджується бюрократизм у системі управління. Виділяють три стадії зрілості організації: рання, проміжна й остаточна. Період ранньої зрілості характеризується систематичним зростанням організації, у період проміжної зрілості відбувається збалансоване зростання, а стадія остаточної зрілості — це період формування індивідуальності та іміджу організації. Етап зрілості небезпечний, оскільки є можливість виникнення у керівництва організації думки щодо завершення руху вперед.

Стадія **старіння** характеризується тріумфом бюрократії на всіх етапах управління, загибеллю нових ідей в громіздких структурах управління. Головним завданням організації в цей період є боротьба за виживання і стабільність.

У період **відродження** в організацію приходить нова команда менеджерів, специфічні погляди яких дають змогу розробити програми внутрішньої перебудови, змінити структуру управління. У керівництві організації, як правило, з'являється лідер, здатний дати поштовх структурі управління. Головна мета в цей період — поживавлення організації.

Для ефективного управління менеджерів необхідно враховувати особливості управління на кожній з розглянутих стадій життєвого циклу організації.

Виконати самостійну роботу:

№2 «Формальні та неформальні групи. Культура організації»

Контрольні питання:

1. Назвати та охарактеризувати суб'єкти підприємницької діяльності
2. Цілі створення та діяльності підприємства
3. Місія підприємства та її формулювання
4. Класифікація підприємств
5. Правовий статус організації
6. Життєвий цикл організації та характеристика його етапів

Список використаної літератури:

Основна:

1. Гуторова О.О. Менеджмент організації : навч. посібник / О.О. Гуторова. – Х.: Харк. нац. аграр. ун-т. – Х.: ХНАУ, 2017. – 267 с.
2. Менеджмент: Навчальний посібник / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. – Харків: «Друкарня Мадрид», 2019. – 231 с.
3. «Менеджмент організацій»: навчальний посібник для студентів-магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» спеціалізації «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / Укладачі: Л.Є. Довгань, І.П. Малик, Г.А.Мохонько, М.В. Шкробот. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 271 с.
4. Основи менеджменту: Конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова.– Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с.
5. Саюн О.В. «Основи менеджменту»: Навчальний посібник - Черкаси – 2014. - 216 с.
6. Фінансовий менеджмент: підручник / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. І. Крупки; [М. І. Крупка, О. М. Ковалюк, В. М. Коваленко та ін.]. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – 440 с.

Додаткова:

1. Бердинець М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі [текст] навч. посіб. / М. Д. Бедринець, А. В. Сурженко. – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 352 с.
2. Марченко О. М. Практикум з менеджменту: навч. посіб. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021.- 224 с.
3. Менеджмент: навч. посіб. / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, С. М. Макуха та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. – Х.: Право, 2013. – 216 с.
4. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент: підручник / О. М. Сумець; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. – Харків: ХНУВС, 2021. – 208 с.

Інформаційні ресурси

1. <https://inter.ptngu.com>
2. <https://zakon.rada.gov.ua>