

ЗМІСТ

ВСТУП	5
ЧАСТИНА I ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	7
1 МІСЦЕ, РОЛЬ ТА ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ. ПРОЦЕС ЗАСНУВАННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ	7
1.1 Сутність, характеристика і типологія підприємницької діяльності	7
1.2 Процес заснування власної справи в Україні	15
2 ВИДИ І ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ БІЗНЕСУ	20
2.1 Підприємництво без утворення і з утворенням юридичної особи ..	20
2.2 Класифікація підприємств	27
2.3 Сутність і класифікація об'єднань підприємств	39
3 ОРГАНІЗАЦІЯ І РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	48
3.1 Правові системи країн світу як юридичний фундамент підприємницької діяльності	48
3.2 Законодавче забезпечення підприємницької діяльності	52
3.3 Договірні взаємини та партнерські зв'язки у бізнесі	65
ЧАСТИНА II ЕТИКА І КУЛЬТУРА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ	75
4 СУТНІСТЬ І ФУНКЦІЇ БІЗНЕС-КУЛЬТУРИ	75
4.1 Культура як соціальне явище і проблеми міжкультурної комунікації	75
4.2 Сутність, структура і функції бізнес-культури	77
4.3 Рівні ділової культури	81
4.4 Взаємозв'язок ділової культури з іншими чинниками внутрішнього і зовнішнього середовища	83
5 ТИПОЛОГІЯ КОРПОРАТИВНИХ КУЛЬТУР	86
5.1 Диференціація бізнес-культур з урахуванням етнічного чинника ..	86
5.2 Типи корпоративних культур	91
5.3 Авторитарна, демократична і ліберальна культури в ділових організаціях, їх переваги і недоліки	95

5.4 Зв'язок корпоративної культури із формальними організаційними структурами і процесами	98
6 ЕТИЧНІ ЦІННОСТІ ДІЛОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	102
6.1 Поняття етики бізнесу та її складові	102
6.2 Етичні (моральні) норми і стандарти	106
6.3 Структура і зміст кодексів корпоративної поведінки (етики)	110

ЧАСТИНА ІІІ ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ЯК СКЛАДОВА БІЗНЕС-КУЛЬТУРИ 114

7 СУЧАСНИЙ ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ	114
7.1 Діловий етикет як невід'ємна складова корпоративної культури	114
7.2 Етикет службових відносин	116
7.3 Історико-культурна специфіка ділового етикету в різних країнах	119
8 ЕТИЧНІ НОРМИ ПОВЕДІНКИ В ОФІСІ І ПРОВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ЗАСІДАНЬ	127
8.1 Правила ведення ділових телефонних розмов.	127
8.2 Підготовка, організація і проведення ділового засідання.	130
8.3 Новітні тенденції в організації ділових засідань	135
9 ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ У НЕФОРМАЛЬНІЙ ОБСТАНОВЦІ	137
9.1 Ділові переговори як ключовий елемент ділового спілкування	137
9.2 Особливості проведення ділового обіду.	140
9.3 Етичні норми поведінки за столом.	144
10 ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТА СТИЛЮ ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ	146
10.1. Зовнішній вигляд як засіб створення іміджу підприємця	146
10.2 Класичні підходи до формування гардеробу ділової людини	147
10.3 Невербальні засоби комунікації у діловому середовищі	150
ЛІТЕРАТУРА.	166

ВСТУП

Підприємництво (бізнес) є фундаментальною інституцією ринкової економіки. Завдяки підприємництву стають можливими швидкий рух капіталів, оперативне залучення великих обсягів фінансових ресурсів, структурні зрушення в економіці, інноваційний розвиток та інші процеси, що визначають якісні характеристики економічної системи.

Для успішного розвитку в умовах мінливого зовнішнього середовища і жорсткої конкуренції підприємцям потрібно володіти певними конкурентними перевагами. Серед таких переваг особливе місце займає культура ведення бізнесу. Дуже багато вітчизняних бізнесменів нехтують діловою культурою і моральними нормами взагалі, воліючи якнайшвидше збагатитися. У країнах із трансформаційною економікою (у тому числі, в Україні) така ділова поведінка є домінуючою. Натомість у високорозвинених країнах світу вона вважається неприйнятною і викликає відторгнення у тамтешніх бізнесменів. Європейські, азійські і, дедалі частіше, американські бізнесмени на чільне місце ставлять власну ділову репутацію, а вже потім гроші. В свою чергу, ділова репутація є похідною від високої культури ведення бізнесу упродовж багатьох десятиліть. Тому у вітчизняних підприємців немає жодних шансів успішно працювати на закордонних ринках без докорінної зміни моделі ділової поведінки, впровадження найкращих світових практик етичного бізнесу.

Запропонований навчальний посібник «Основи підприємництва і бізнес-культури» призначений, насамперед, для студентів спеціальності 076 – підприємництво, торгівля і біржова справа. Проте основні теоретичні, методичні та практичні положення посібника можуть бути корисними студентам інших економічних спеціальностей. Крім того, навчальний посібник стане у пригоді викладачам, науковцям, підприємцям, власникам і топ-менеджерам вітчизняних компаній, широкому колу осіб, що цікавляться веденням бізнесу на внутрішньому і зовнішніх ринках.

Навчальний посібник складається з трьох смислових блоків (частин).

У першій частині навчального посібника, яка має назву «Основи підприємницької діяльності», шляхом критичного аналізу законодавства, теорії, вітчизняної і закордонної ділової практики, дано загальну

характеристику і типологію сучасного підприємництва, наведено покрокову процедуру заснування приватного бізнесу в Україні (тема 1); розглянуто види і організаційно-правові форми підприємницької діяльності (тема 2); висвітлено фундаментальні правові аспекти організації і регулювання підприємницької діяльності в Україні (тема 3).

Друга частина навчального посібника має назву «Етика і культура ведення бізнесу» і охоплює широкий спектр питань ділової культури, а саме: сутність, структуру, функції та рівні бізнес-культури (тема 4); розгорнуту типологію корпоративних культур (тема 5); етичні цінності ділових організацій (тема 6).

У третій частині посібника, яка зветься «Діловий етикет як складова бізнес-культури» містяться навчальні матеріали з таких питань: сучасний діловий етикет в контексті історико-культурної специфіки різних країн світу (тема 7); етичні норми поведінки в офісі й організації ділових засідань (тема 8); ділове спілкування у неформальній обстановці, насамперед під час ділових обідів (тема 9); формування іміджу та стилю ділової людини, а також невербальні засоби комунікації у діловому середовищі (тема 10).

Автором навчального посібника є доцент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня Національної металургійної академії України, кандидат економічних наук, PhD in Economics А.Б. Педько.

ЧАСТИНА І

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1 МІСЦЕ, РОЛЬ ТА ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ. ПРОЦЕС ЗАСНУВАННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ

1.1 Сутність, характеристика і типологія підприємницької діяльності

Поняття «підприємництво» («підприємницька діяльність», «бізнес») охоплює всі види діяльності людини, пов'язані із самостійним, за власною ініціативою, на свій страх і ризик отриманням доходу.

Згідно ст. 42 Господарського кодексу України **підприємництво** – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Така діяльність здійснюється від свого імені і під особисту майнову відповідальність окремої фізичної особи – підприємця (далі – ФОП) або юридичної особи – підприємства, тобто підприємцем може виступати як фізична особа, так і юридична.

З даного визначення впливають необхідні правові вимоги до підприємницької діяльності. В першу чергу, це безпосередня самостійна і систематична діяльність. Це означає, що підприємець починає і проводить свою діяльність на свій розсуд, без будь-яких застережень. Підприємницька діяльність повинна носити постійний характер. По-друге, підприємницька діяльність здійснюється на власний ризик підприємця. Це означає, що підприємець приймає на себе будь-які її наслідки, як позитивні, так і негативні. По-третє, метою підприємницької діяльності зазвичай є одержання прибутку. Тобто, характерною ознакою підприємництва є його комерційний характер.

Основними функціями підприємницької діяльності слід вважати:

- творчу – генерування й активне використання інноваційних ідей і пілотних проєктів, вміння йти на виправданий ризик, зважуючи потенційні доходи з можливими ризиками;

- ресурсну – формування і ефективне використання власного підприємницького капіталу, а також матеріальних, енергетичних, трудових, інформаційних та інших ресурсів;
- організаційну – практична організація маркетингу, виробництва, продажу, післяпродажного сервісу, фінансів, кадрової політики та інших бізнес-процесів.

По суті, економіка як сфера людської життєдіяльності є природним середовищем існування бізнесу. Проте ці два поняття («економіка» і «бізнес») не є тотожними. В економічній системі кожної країни світу існує два сектори:

- 1) **діловий (підприємницький, бізнесовий, комерційний) сектор**, представлений комерційними підприємствами (в США, наприклад, це «business corporations» – ділові юридичні особи), що мають на меті отримання прибутку. У діловому секторі працюють також фізичні особи – підприємці (комерсанти);
- 2) **непідприємницький сектор**, представлений некомерційними підприємствами, що у своїх засновницьких документах декларують соціальні, екологічні, гуманітарні та інші неприбуткові цілі (в Україні це неприбуткові організації, в США – «non-profit corporations», тобто неприбуткові юридичні особи). До цього ж сектору належать державні монополії (центральні банки, банкотно-монетні фабрики, атомні електростанції, залізниці, аеропорти, міжнародні автошляхи тощо).

Ст. 43 Господарського кодексу України проголошує свободу підприємницької діяльності, тобто підприємці мають право без обмежень самостійно здійснювати будь-яку діяльність, не заборонену законом. Перелік видів бізнесу, для здійснення яких потрібно отримувати спеціальний дозвіл (ліцензію), встановлюється виключно законом.

Законодавством України встановлено і певні заборони на здійснення підприємницької діяльності. Так, органам державної влади та місцевого самоврядування не можна займатися бізнесом. Посадові і службові особи цих органів (наприклад, президент, прем'єр-міністр, міністри, депутати всіх рівнів, співробітники правоохоронних органів, судді та деякі інші виборні і посадові особи) також не можуть бути підприємцями. Втім, цю заборону вони дуже просто обходять, оформлюючи бізнес на родичів і довірених осіб.

Практика ведення бізнесу в різних країнах світу засвідчує, що існують класична та інноваційна моделі підприємництва.