

ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND BUSINESS CULTURE: AN ECONOMIC SECURITY CONTEXT

Давидчук С. М., аспірант
Поліський національний університет
м. Житомир, Україна

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-018-6-11>

ЗАСТОСУВАННЯ ХОЛІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Прискорені темпи глобалізації та трансформація вітчизняних економічних відносин в аграрному секторі України принципово змінили підходи до організації та формування сприятливого підприємницького середовища. Аграрний сектор економіки країни характеризується достатнім ресурсним і економічним потенціалом для такого розвитку, проте нераціональна структура природокористування, низька економічна ефективність, великі фінансові витрати, низький рівень конкурентоспроможності аграрних підприємств не дають змоги ефективно розвиватися. В сучасному бізнес-середовищі набувають актуальності та популярності холистичні підходи до розвитку підприємницької діяльності, які передбачають використання інтуїтивних методів управління, цілісного погляду на стан підприємства та формування на цій основі стратегій розвитку. Отже, актуальним як у теоретичному, так і у прикладному аспектах є дослідження концепції холистичного підходу з метою її застосування на вітчизняних підприємствах аграрного сектору.

Питання, пов'язані з філософським поглядом ідеї холізму в підприємницькій діяльності розглядалися у працях науковців, зокрема, А. Бондаренка, М. Бойко, Н. Валінкевич, В. Диканя, І. Івасів, Ф. Котлера, О. Кузьміна, М. Макарова, Р. Ус, Р. Уфімцева,

Ф. Хайек, Є. Ходаківського, А Штангрета, Annette Fernandes та ін. У дослідженнях цих вчених розглядаються різні аспекти підприємницької діяльності, а також проблеми формування підприємницького середовища та фактори, що впливають на цей процес. Аналіз цих робіт свідчить про те, що вимагають подальших досліджень питання пов'язані з філософським поглядом ідеї холізму в формуванні підприємницького середовища аграрного сектора України.

Розвиток підприємницького середовища виступає одним із найважливіших напрямків формування багатоукладної ринкової економіки. В умовах децентралізації економіки особливого значення набуває визначення комплексу умов і оцінювання сил зовнішнього характеру, які формують можливості та кінцеві результати господарювання підприємницьких структур і окремих підприємців. Відтак, своєчасне регулювання розвитку підприємницького середовища шляхом удосконалення нормативно-правової бази, покращення політичної ситуації, формування позитивних соціальних настроїв у суспільстві виступає важливою основою подальшого поглиблення розподілу суспільної праці, розширення міжнародних інтеграційних процесів і співробітництва, запровадження науково-технічних нововведень у підприємницькому просторі [5].

Аграрний сектор України є основою розвитку економіки держави, адже він становить близько 20% від ВВП України, посідає лідируючі позиції щодо експорту аграрної продукції (40%), понад трьох млн. осіб, зайняті в сільському господарстві. Формування і розвиток підприємницького середовища аграрного сектору має першорядне значення в сучасних умовах. Безсумнівно, розвиток сільського господарства сприяє підвищенню ефективності виробництва сільськогосподарської продукції, покращення показників прибутковості, розвитку сільських територій, створенню додаткових робочих місць і багато чого іншого. Підприємець в аграрному секторі діє в певному зовнішньому та внутрішньому підприємницькому середовищі.

Від їх стану залежить рівень розвитку підприємництва зокрема та економіки країни загалом.

Для створення сприятливого підприємницького середовища найбільш прийнятною вважаємо холістичну модель, адже зрозумілим є те, що економічні та фінансові кризи виникають не внаслідок нестачі енергоносіїв, продукції, досвідчених працівників, виважених рішень керівників, а відсутності системного підходу до ведення підприємницької діяльності, яке є цілісним організмом. Застосування холістичного підходу дасть змогу провести оцінку властивостей системи підприємництва в цілому, з подальшим вивченням (у разі необхідності) її складових.

До застосування холістичного підходу вдаються вчені різноманітних галузей науки, зокрема біології, екології, філософії, психології, культурології, правознавства, політології й інших. В економічних науках, нині найвідомішим прикладом застосування холістичного підходу є «холістичний маркетинг» Ф. Котлера. У своїх останніх працях стосовно теорії маркетингу підприємств він схиляє фахівців до нового сприйняття ринкових і бізнес-процесів, зокрема в їхній єдності, взаємозв'язку, системності і частковості, при цьому беручи до уваги притаманну їм ентропію [4].

Використання інструментів холістичного підходу дозволить сформувати на підприємстві цілісний механізм маркетингової діяльності для узгодженої взаємодії його структурних підрозділів. Такий підхід допомагає охопити маркетингові процеси і керувати ними: прогнозування, планування, впровадження та аналіз. Всі інструменти повинні працювати спільно. За результатами аналізу наукових праць А. Бондаренка, Р. Уфімцева, Annette Fernandes визначено, що сутність холістичного маркетингу як цілісної концепції формують певні управлінські процеси (рис. 1).

Теоретичне осмислення сутності холістичного маркетингу дозволило дійти висновку, що дослідники здійснюють спроби інтегрувати концепції маркетингу насамперед для максимізації задоволення потреб споживача і досягнення мети господарської

діяльності. Це надало можливість визначити ключові характеристики концепції холістичного маркетингу для застосування на підприємствах [1].



Рис. 1. Структура концепції «Холістичний маркетинг»

Джерело: сформовано автором

З огляду на це, цілісний погляд на підприємство як об'єкт управління є необхідною умовою формування синергії на усіх рівнях організаційної структури та акумулювання інноваційних ідей конкурентоспроможного розвитку компанії.

Література:

1. Бойко М., Супрунова Є. Холістичний маркетинг на підприємствах готельного господарства. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2013. № 1. С. 55-63.
2. Захарченко Ю.А. Розробка програм підтримки підприємницького середовища в регіоні (на прикладі Одеської області). 2019.
3. Івасів І.І., Запужляк І.Б. Підприємницьке середовище та його роль у розвитку Прикарпаття. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 36 (2). С. 23-28.
4. Ус Р.Л. Моделі холістичного аудиту інформаційних технологій. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2011. № 5. С. 147.

5. Ходаківський Є.І. та ін. Домінування парадигм холістичності в сучасній науці. *Наукові горизонти*. 2018. № 11. С. 3–12.