

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет (Україна)

Вища школа економіко-гуманітарна (Республіка Польща)

Академія техніко-гуманітарна (Республіка Польща)

IBM Canada, м. Торонто (Канада)

Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку

Національної академії наук України", м. Київ (Україна)

Парламент Ізраїлю, м. Єрусалим (Держава Ізраїль)

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут» (Україна)

Одеський національний політехнічний університет (Україна)

Технічний університет –Варна (Республіка Болгарія)

Університет “Проф. д-р Асен Златаров”, м. Бургас (Республіка Болгарія)

Університет Торонто (Канада)

УО «Вітебський державний технологічний університет» (Республіка Білорусь)

Економічні проблеми сталого розвитку

Экономические проблемы устойчивого развития

Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції
імені проф. Балацького О. Ф.
(Суми, 11–12 травня 2016 р.)

У двох томах

Том 1

Суми
Сумський державний університет
2016

ІНТРАПРЕНЕРСТВО ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПОДІБНОСТІ ТА ВІДМІННОСТІ

доцент **Дерев'янюк Ю. М.**, доцент **Лукаш О. А.**
Сумський державний університет (Україна)

Для сучасного вітчизняного бізнес-середовища і навіть для академічної науки поняття інтрапренерство залишається досить новим. Більше того, значна кількість фахівців не знайома з даним поняттям а ні у теоретичному, а ні у прикладному сенсі. На відміну від англійської мови дане поняття (intrapreneurship) українською (як і російською) мовою не має такого досить очевидного зв'язку із давно знайомим усім «підприємництвом» (entrepreneurship).

Основна відмінність між цими двома типами інноваторів у їх контексті – інтрапренер (intrapreneur) діє (працює) в рамках вже існуючої організації. Більшість організацій буде визначати, що інтрапренер повинен питати дозволу перш ніж намагатися реалізувати свої бажання на практиці. Інтрапренер більш схильний в першу чергу діяти, а вже потім просити вибачення, ніж питати дозволу, перш ніж діяти. Інтрапренер також зазвичай працює внутрішньоорганізаційно у напрямку інновацій та змін і працює на збереження статус-кво та веде боротьбу задля зміни системи саме зсередини. Це зазвичай створює певні внутрішньо організаційні конфлікти. Взаємоповага потрібна для того, щоб гарантувати, що такі конфлікти можуть бути позитивно спрямовані. Таким чином, інтрапренер це той, хто працює як підприємець, але має підтримку організації [1].

Серед подібностей між інтрапренерством та підприємництвом можна назвати: вимагають унікальної концепції бізнесу, яка приймає форму продукту, процесу чи послуги; приводяться в дію індивідуальним ініціатором (людиною), яка працює з командою, щоб довести концепцію до кінцевого результату; вимагають, щоб підприємець був у змозі збалансувати власні бачення з управлінськими здібностями, пристрасть з прагматизмом і ініціативність з терпінням; пов'язані поняття, які є найбільш уразливими в стадії формування, і які вимагають адаптації з плином часу; тягнуть за собою спектр можливостей, завдяки яким концепція може бути успішно реалізована на практиці; ґрунтуються на створенні цінностей і відповідальності перед клієнтом; тягнуть за собою ризик і вимагають стратегії управління ризиками; потребують підприємця для розроблення стратегії для мобілізації ресурсів; пов'язані значною невизначеністю; вимагають розроблення стратегії реалізації досягнутого.

В той же час, виокремлюють і такі важливі відмінності: у підприємницьких стартапах, підприємець бере на себе ризик, а у інтрапренерстві компанія приймає на себе усі ризики; в стартапах індивідуальний підприємець є власником концепції і бізнесу, а в

інтрапренерстві компанія, як правило, володіє концепцію і інтелектуальними правами, в той час як індивідуальний підприємець має мало прав або немає власності в спільному підприємстві взагалі; в стартапах потенційні вигоди для індивідуального підприємця теоретично необмежені, а у інтрапренерстві організаційна структура знаходиться в місці, щоб обмежити нагороди/відшкодування підприємцю/працівнику, при запуску підприємства, одна стратегічна помилка може означати негайну відмову, а у інтрапренерстві організація має велику гнучкість управлінських помилок; у стартапах підприємець підлягає або більш сприйнятливий до зовнішніх впливів; у інтрапренерстві організація більш ізольована від зовнішніх сил або впливу [2].

1. Global Entrepreneurship and Intrapreneurship, Challenges and Opportunities in International Business, P. 554–611, 2012books.lardbucket.org.

2. Maier, V & Zenovia, Pop Cristiana (2011). “Entrepreneurship versus Intrapreneurship,” Review of International Comparative Management, 12, 5, 971–976.

CHALLENGES FACING ENTREPRENEURSHIP IN GHANA

доцент **Дерев’янюк Ю. М.**, студент гр. М-32а **Філіпс П.**
Сумський державний університет (Україна)

Below are some of the most common challenges that entrepreneurs face or are likely to encounter in Ghana:

Human resources. Many of the entrepreneurs spoken to complain of problems with finding the human resources for their business and those that run such businesses may not possess the requisite skills to manage their enterprises [3].

Capital and Funds. This is one of the most important challenge facing entrepreneurs. Most of them go into business with inadequate capital hoping to secure more when the business begins to grow. Such business-people often struggle to obtain loans from banks or grants from organizations and investments from individuals or funds [1].

How to plan business. Business planning getting negative attention in the technology space in recent years, and its strongly negative to advise people to write a formal business plan unless that is a requirement by some institution [2].

Brand Equity. As a new business, building brand equity poses one of the most challenging question of business. If you do not have a tangible track-record of setting up other businesses or having handled similar projects, many people may not trust you and your company as you have not built up your reputation.

Locating market. Also important is the challenge of finding good customers. In the process of building a business from scratch, you will come to find out that there are good and bad customers [1].

Inability to market their business. One of the common difficulty people faced is no great idea of how to market and promote their company or product. Too often