

## ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕКОНОМІЧНА ДЕФІНІЦІЯ

**І. В. Лантух, кандидат економічних наук**

Феномен підприємництва є невід'ємним атрибутом ринкового господарства. Дослідження і узагальнення теорій і визначень підприємництва на різних етапах розвитку суспільства дозволяє розкрити соціально-економічний зміст підприємництва. За своєю економічною природою підприємництво являє собою діалектичну єдність двох сторін, а саме: загальноекономічного змісту та специфічної соціальної форми. Загальноекономічний зміст підприємництва полягає в тому, що в ньому закладені різні сторони господарської діяльності. У цьому випадку підприємництво є економічною категорією, як метод господарювання, як тип економічного мислення. Що стосується специфічної соціальної форми підприємництва, то воно прямо чи опосередковано вирішує питання, пов'язані з проблемою існування людини, відтворення матеріальних і духовних умов її існування, а також системи суспільних відносин.

Класичні та сучасні теорії підприємництва ще не відпрацювали одностайного погляду на його природу, сутність і зміст. Причина криється в тому, що воно проявляється у різноманітних формах: і як категорія, і як явище, і як форма організації, і як метод господарювання, і як елемент ринкової економіки.

Тому в теоретичному, а ще більше у прикладному плані актуалізується проблема визначення підприємництва як економічної дефініції, що нагально вимагає практика сьогодення, яка обумовлена трансформаційними процесами вітчизняної економіки до цивілізованого ринку.

Теоретико-методологічні засади дослідження проблеми підприємництва були закладені ще у XVIII ст. у працях таких відомих західних економістів, як Р. Кантільйон, А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей та розвинуті пізніше А. Маршаллом, М. Вебером, В. Зомбартом,

Й. Шумпетером, Ф. Хайєком, П. Друкером, М. Алле, Л. Мізесом та ін.

В українських науковців зацікавленість проблемою підприємництва виникла в другій половині XIX ст., у період становлення ринкових відносин на теренах України. Головну увагу українські вчені-економісти А. Антонович, М. Бунге, І. Вернадський, К. Воблій, В. Вольф, М. Гольдштейн, С. Гольдельман, І. Дашковський, М. Довнар-Запольський, В. Железнов, В. Левитський, П. Мігулін, М. Соколов, П. Струве, Д. Піхно, М. Туган-Барановський, І. Тарасов, Ф. Тернер, М. Цитович, П. Фомін, О. Фінн-Єнотаєвський, Л. Федорович, І. Янжул зосередили на таких питаннях, як сутність, організація підприємницької діяльності, значення підприємця у виробництві, стосунки з державними та громадськими інститутами, законодавче забезпечення підприємництва, можливості реалізації управлінських здібностей підприємця тощо. Їх праці вагомо увійшли до скарбниці світової економічної думки, проте в економічній практиці сучасної України використані далеко не повною мірою.

Сьогодні цю проблему активно продукують дослідники В. Я. Бобров, В. Л. Мусяка, Д. В. Бабич, С. Слобожанцев та ін. Проте підприємництво як економічна дефініція ще концептуально не осмислена.

Усе це зумовило вирішення таких питань: осмислення підприємництва як економічного поняття, розкриття його синтетичного характеру, що охоплює різні сторони економічного буття будь-якого соціуму.

Хоча історія підприємництва йде із середини століть, сучасне його розуміння склалося в період становлення і розвитку капіталізму. В економічній теорії поняття «підприємець» з'явилося в XVIII ст. і часто асоціювалося з поняттям «власник». Біля його витоків сто-

яв англійський економіст Р. Кантільон, який уперше вніс термін «підприємець» в економічну теорію. За Кантільоном, підприємець – це людина з невизначеними, нефіксованими прибутками (селянин, ремісник, торговець, розбійник, жебрак тощо). Він купує чужі товари за відомою ціною, а продавати свої буде за ціною, йому поки невідомою [1, с. 102]. Звідси випливає, що ризик – головна відмінна риса підприємця, а його основна економічна функція полягає у приведенні пропозиції у відповідність із попитом на різних товарних ринках.

Англійський дослідник А. Сміт також характеризував підприємця як власника, що йде на економічний ризик заради реалізації якоїсь комерційної ідеї та отримання прибутку. Він сам планує і організовує виробництво, розпоряджається його результатами і т. п. [2].

Аналогічного погляду на функцію підприємця в ринковій економіці дотримувався і великий французький економіст кінця XVIII – початок XIX ст. Ж.-Б. Сей, який характеризував його як особу, яка береться за свій рахунок і ризик і на свою користь зробити який-небудь продукт. Він підкреслював активну роль підприємця як економічного агента, що комбінує фактори виробництва як посередника, володаря знань і досвіду. Ж.-Б. Сей досить докладно описав специфічні властивості підприємця і характер його прибутків, частина яких є платою за його рідкісні підприємницькі здібності [3, с. 409].

Великий внесок у розробку теорії підприємництва зробили німецький економіст В. Зомбарт і австрійський економіст Й. Шумпетер. Підприємець, за В. Зомбартом, – це «завойовник» (готовність до ризику, духовна свобода, багатство ідей, воля і наполегливість), «організатор» (уміння об'єднувати багатьох людей для спільної роботи) і «торговець» (уміння переконувати людей купити свої товари, будити їх інтерес, завойовувати довіру). Описуючи цілі підприємця, В. Зомбарт головною серед них виділяє прагнення до процвітання і росту своєї справи, а підлеглою – зростання прибутку, оскільки без нього неможливе процвітання [4, с. 56].

Й. Шумпетер називає підприємцем людину, яка береться за здійснення нових комбі-

націй факторів виробництва і таким чином забезпечує економічний розвиток. При цьому Й. Шумпетер вважав, що підприємець не обов'язково є власником виробництва, індивідуальним капіталістом – їм може бути і управляючий банку або акціонерного товариства [5, с. 290].

Власне кажучи, об'єднання в одній особі власника і підприємця стало руйнуватися саме в період появи кредиту. Будь-який комерційний банк не є власником усього капіталу, який він пускає в обіг. Як правило, його власність поширюється на статутний фонд, який може являти собою відносно незначну величину.

Найбільш очевидно відділення підприємництва від власності виявляється в акціонерних товариствах. В умовах акціонерної, корпоративної економіки власність як юридичний факт втрачає свої розпорядницькі прерогативи. Влада на виробництві переміщується від власності до організації, роль власності стає усе більш пасивною. Замість реальних фізичних предметів, з якими традиційно зв'язувалося поняття власності, акціонер володіє лише клаптиком паперу, титулом власності. Над самими підприємцями він, власник акції, має досить умовний контроль. Однак він і не несе відповідальності за результати діяльності корпорації. Таку відповідальність несуть менеджери [6, с. 468].

Таким чином, розвиток кредитних відносин і перехід національного багатства з форми індивідуальної приватної власності у форму власності корпорацій спричиняє за собою відділення власності від розпорядження підприємства.

Отже, ми з'ясували, що між підприємцем і власником немає жорсткого зв'язку, підприємство у своїй основі не є функцією тільки власника, у ньому можуть брати участь особи, які безпосередньо не є суб'єктами права власності.

Що ж являє собою підприємство з погляду економічної визначеності? У науковій літературі пропонується його розглядати в трьох аспектах:

- 1) як економічну категорію;
- 2) як метод господарювання;
- 3) як тип економічного мислення.

Для характеристики підприємництва як економічної категорії центральною проблемою є встановлення його суб'єктів і об'єктів.

Суб'єктами підприємництва можуть бути, перш за все, приватні особи (організатори одноособового, сімейного, а також більш великого виробництва). Діяльність таких підприємців здійснюється як на основі власної праці, так і з залученням найманої.

Підприємницьку діяльність може здійснювати також група осіб, пов'язаних між собою договірними відносинами й економічним інтересом. Суб'єктами колективного підприємництва є акціонерні товариства, орендні колективи, кооперативи тощо. В окремих випадках до суб'єктів підприємництва відносять і державу в особі її відповідних органів [7, с. 94].

Отже, у ринковій економіці існують три форми підприємницької діяльності: державна, колективна, приватна, кожна з яких знаходить свої «ніші» у господарській системі.

Об'єктом підприємництва є здійснення найбільш ефективної комбінації факторів виробництва з метою максимізації доходу. Нові всілякі способи комбінації економічних ресурсів, на думку Й. Шумпетера, є головною справою підприємця і відрізняють його від звичайного господарника. Підприємці комбінують ресурси з метою виготовлення нового, невідомого споживачам блага; відкриття нових способів виробництва (технологій) і комерційного використання вже існуючого товару; освоєння нового ринку збуту; освоєння нового джерела сировини; проведення реорганізації в галузі для створення своєї монополії або підриву чужої [5, с. 291]. Також «задача підприємців – реформувати і революціонізувати спосіб виробництва шляхом упровадження винаходів, а в більш загальному сенсі – через використання нових технологічних можливостей для виробництва нових товарів або старих товарів, але новими методами, завдяки відкриттю нового джерела сировини або нового ринку готової продукції – майже до реорганізації старої і створення нової галузі промисловості...» [8, с. 23].

Для підприємництва, як методу ведення господарства, головною умовою є самостійність і незалежність господарюючих

суб'єктів, наявність у них певної сукупності свобод і прав стосовно вибору виду підприємницької діяльності, формування виробничої програми, вибору джерел фінансування, доступу до ресурсів, збуту продукції, встановлення на неї цін, розпорядження прибутком тощо. Самостійність підприємця слід розуміти відсутність керівного органу, який вказує йому, що виробляти, скільки витратити, кому і за якою ціною продавати тощо. Але підприємець увесь час залежить від ринку, від динаміки попиту і пропозиції, від рівня цін, тобто від сформованої системи товарно-грошових відносин [8, с. 59].

Другою умовою підприємництва є відповідальність за прийняті рішення, їх наслідки і пов'язаний із цим ризик. Ризик завжди пов'язаний з невизначеністю, непередбачуваністю. Навіть найретельніший розрахунок і прогноз не можуть усунути фактор непередбачуваності, він є постійним супутником підприємницької діяльності.

Третьою ознакою підприємництва є орієнтація на досягнення комерційного успіху, прагнення до збільшення прибутку. Але така установка не є самодостатньою в сучасному бізнесі. Діяльність багатьох підприємницьких структур виходить за межі суто економічних задач, вони беруть участь у вирішенні соціальних проблем суспільства, жертвують свої кошти на розвиток культури, освіти, охорони здоров'я, охорону навколишнього середовища тощо [8, с. 63].

Підприємництво як особливий тип економічного мислення характеризується сукупністю оригінальних поглядів і підходів до прийняття рішень, які реалізуються в практичній діяльності. Центральну роль тут відіграє особистість підприємця. «Якщо дати коротке визначення підприємцю, то це людина, яка організує підприємство та управляє ним в умовах особистої вигоди. За сировину й матеріали, використані у виробничому процесі, за землю, за працю найманих робітників і за залучений капітал він платить по поточним розцінкам. Він вкладає в справу свої власні ідеї, знання та навички в галузі планування, організації та управління підприємством. Він несе відповідальність за можливі втрати, навіть якщо вони

відбулися не за його провиню, а викликані несподіваними небажаними обставинами. Але якщо обставини поміняються у кращий бік, то йому дістанеться і весь пов'язаний із цим виграш. Особистий прибуток підприємця визначається як різниця між прибутками та витратами його підприємства» [8, с. 22].

Підприємництво – це не рід занять, а склад розуму і властивість природи. Бути підприємцем – значить, робити не те, що роблять інші, – вважав Й. Шумпетер. «Потрібно мати особливе уявлення, дар передбачення, постійно протистояти тиску рутини. Потрібно бути здатним знайти нове і використовувати його можливості. Потрібно вміти ризикувати, переборювати страх і діяти незалежно від процесів, що відбуваються, – самому ці процеси визначати». Підприємцем у його діяльності керує воля до перемоги, бажання боротьби, особливий творчий характер його праці [5, с. 296].

Що стосується інтелекту підприємця, то він, на думку Й. Шумпетера, сильно обмежений і вибірковий, він спрямований на досить вузьке коло явищ, які підприємець вивчає досконально. Обмеженість кругозору не дозволяє підприємцеві порівнювати багато різних варіантів досягнення своєї мети і довго коливатися [5, с. 297].

У нашій вітчизняній літературі підприємництво також розглядається через призму господарського мистецтва, економічної і організаційної творчості, вільного прояву ініціативи, новаторства, готовності до ризику заради отримання прибутку. І це цілком природно: адже управління є своєрідним «мистецтвом можливого». Тим більше, що мова йде про управління та організацію виробництва в умовах відродження ринкового, конкурентного господарства, де індивідуальні схильності, навичка, кмітливість відіграють не останню роль [9, с. 116].

Підприємницьку здатність можна визначити як один із економічних ресурсів, що впливає на характер і темпи економічного розвитку. До складу даного ресурсу слід насамперед включати підприємців, до яких відносяться, в першу чергу власники компаній, менеджери, які не є їх власниками, а також організатори

бізнесу, що поєднують в одній особі власників і управлінців [10, 209].

Крім власне підприємців, тобто безпосередніх носіїв підприємницьких здібностей, до складу цього ресурсу слід включати всю підприємницьку інфраструктуру країни, а саме діючі інститути ринкової економіки, тобто банки, біржі, страхові компанії, консультативні фірми. Нарешті, до цього ресурсу, поза сумнівом, належать підприємницька етика і культура, а також підприємницький дух суспільства. Загалом підприємницький ресурс можна охарактеризувати як особливий механізм реалізації підприємницьких здібностей людей, заснований на діючій моделі ринкової економіки [10, с. 212]. Унікальність значення підприємницького потенціалу полягає в тому, що саме завдяки йому приходять у взаємодію інші економічні ресурси – праця, капітал, земля, наука. Ініціатива, ризик і вміння підприємців, помножені на ринковий механізм, дозволяють із максимальною ефективністю використовувати всі інші економічні ресурси, стимулювати економічне зростання. Як показує досвід багатьох країн із ринковою економікою, їх економічні досягнення, в тому числі темпи економічного зростання, інвестиційна активність, технологічні нововведення, безпосередньо залежать від реалізації підприємницького потенціалу. Так, економічний курс, орієнтований на підтримку підприємництва, зменшення державних витрат і державного регулювання, дозволив США і ряду інших західних країн дуже ефективно подолати багато економічних труднощів 80–90-х рр. ХХ ст. [11, с. 73].

Можна стверджувати, що підприємницька здатність як ресурс більш ефективно реалізується в умовах максимально ліберальної економічної системи, не обтяженої надмірною державною бюрократією, має також усталені підприємницькі традиції і відповідне законодавче оформлення. При цьому очевидно, що запорукою успішної реалізації підприємницького потенціалу передусім є самі підприємці, їх кваліфікація та рівень освіти, здатність брати на себе відповідальність і ініціативу, вміння орієнтуватися у висококонкурентному



середовищі, а також їх почуття соціальної відповідальності.

У країнах із високим підприємницьким потенціалом важливу роль зазвичай відіграє малий і середній бізнес, який є живильним середовищем підприємництва, своєрідною «кузнею» підприємницьких кадрів. У США, наприклад, 40 % ВВП створюється на підприємствах малого та середнього бізнесу. Держава надає підприємництву широку підтримку. У країні поряд із підтримуючим підприємництвом федеральним органом – Адміністрацією малого бізнесу, при органах виконавчої влади на місцях діють 19 тис. регіональних комісій з економічного розвитку, покликаних сприяти розвитку бізнесу в конкретному регіоні, зростанню виробництва перспективних товарів і послуг, що мають попит у цій місцевості. Крім того, в США в середині 90-х рр. ХХ ст. діяло близько 600 так званих підприємницьких інкубаторів, тобто спеціалізованих державних і приватно-державних установ, що здійснюють багатопланову підтримку знову створеним компаніям. Такий бізнес-інкубатор територіально об'єднує нові компанії під одним дахом і сприяє їх «вирощуванню» і становленню [7, с. 87].

Підприємницька здатність як ресурс має свою специфічну оплату – підприємницький дохід. У реальному господарському житті його важко виділити, проте це не абстрактна економічна категорія. Підприємницький дохід – це та плата, яку отримує підприємець за свої організаторські здібності з об'єднання та використання економічних ресурсів, за ризик збитків від використання цих ресурсів, за господарські ініціативи (інновації) і монопольну ринкову владу [8, с. 41]. В економічній теорії підприємницький дохід ділять на дві частини: нормальний і економічний прибуток. До першого відносять як би гарантований дохід підприємця, його заробітна платня; до другої – платня за ризик, інновації, монопольну владу [12, с. 247]. Зрозуміло, що розмір підприємницького доходу передусім коливається за рахунок другої складової, тобто економічного прибутку.

Підприємництво є особливим новаторським стилем господарської поведінки, в основі якого лежить творчий пошук нових можливостей господарювання, вміння залучати і використовувати в умовах конкуренції ресурси з найрізноманітніших джерел. Підприємництво означає персональну економічну відповідальність за результати роботи. Можна також сказати, що підприємництво – це здійснення творчої економічної діяльності, освоєння нових ринків, нових товарів і послуг, нових фінансових і матеріальних ресурсів, організаційних нововведень. Як соціально-економічне явище, підприємництво включає в себе весь спектр суспільних відносин. Тут представлені і юридичні, і психологічні, й історичні моменти. Однак підприємницька діяльність тісно пов'язана в першу чергу з економічними умовами життєдіяльності. В економічному відношенні підприємництво містить у собі різні сторони господарської діяльності. Його можна розглядати з трьох боків: як економічне відношення, як метод господарювання і як тип економічного мислення, що дає цілісне уявлення про такий складний феномен як підприємництво.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Шейнин Э. Я. Предпринимательство и бизнес / Э. Я. Шейнин. – Ростов-н/Д : Феникс, 2002. – 352 с.
2. Паловкин П. Проблемы определения экономической сущности и содержания предпринимательства [Электронный ресурс] / П. Паловкин, В. Савченко. – Режим доступа: <http://msd.com.ua/psychologia/predDrinimatelstv>. – Название с экрана.
3. Бусыгин А. Предпринимательство: Основной курс / А. Бусыгин. – М. : [б. и.], 1997. – 608 с.
4. Лапуста М. Г. Предпринимательство : учеб. пособие / М. Г. Лапуста. – М. : [б. и.], 2002. – 223 с.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М. : [б. и.], 1982. – 455 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга : [пер. с англ.] / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1990. – 656 с.
7. Основы успешного предпринимательства / сост. М. Ритсо. – Ленинград : учеб. центр «Антарес», 1991. – 172 с.

8. Хизрич Р. Предпринимательство или как за- вести собственное дело и добиться успеха: советы начинающему предпринимателю / Р. Хизрич, М. Питерс. – М. : Внешторгиздат, 1992. – 214 с.
9. Воробьев Е. М Рынок, предпринимательство, управление : учеб. пособие / Е. М. Воробьев ; Харьк. гуманитар. ин-т «Нар. укр. акад.». – Х., 1998. – 150 с.
10. Маршалл А. Принципы политической эконо- мии / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1984. – Т. 3. – 351 с.
11. Агеев А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры / А. И. Агеев. – М. : Наука, 1991. – 107 с.
12. Грузинов В. П. Экономика предприятия : учеб. для вузов / В. П. Грузинов. – М. : Наука, 1998. – 534 с.

