

УДК 658.511

Андрій А. Герасимчук

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Наталія А. Герасимчук

Київський національний університет технологій та дизайну

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КАТЕГОРІЙ «ПІДПРИЄМНИЦТВО» І
«ПІДПРИЄМЕЦЬ» ЗА МАТЕРІАЛАМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ
ДЖЕРЕЛ**

У статті проведено порівняльний аналіз категорій «підприємництво» і «підприємець» за матеріалами вітчизняних та зарубіжних джерел. Доведено, що центральною фігурою в підприємницькій діяльності є підприємець, для якого підприємництво перетворюється у спосіб життя, стає внутрішнім спонукальним мотивом, який стає суб'єктом і фактором виробництва, його рушійною виробничою силою. Обґрунтовується теза про те, що саме підприємець і підприємництво нададуть нового імпульсу розвитку економічному життю України в рамках правового поля нашої держави.

Ключові слова: підприємництво, підприємець, категорія.

Андрей А. Герасимчук

Житомирский государственный университет имени Ивана Франка

Наталья А. Герасимчук

Киевский национальный университет технологий и дизайна

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КАТЕГОРИЙ "ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО" И
"ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ" ПО МАТЕРИАЛАМ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И
ЗАРУБЕЖНЫХ ИСТОЧНИКОВ**

В статье проведен сравнительный анализ категорий "предпринимательство" и "предприниматель" по материалам отечественных и зарубежных источников. Доказано, что центральной фигурой в предпринимательской деятельности является предприниматель, для которого предпринимательство превращается в образ жизни, становится внутренним побудительным мотивом, предприниматель становится субъектом и фактором производства, его движущей производственной силой. Обосновывается тезис о том, что именно предприниматель и предпринимательство дадут новый импульс развитию экономической жизни Украины в рамках правового поля нашего государства.

Ключевые слова: предпринимательство, предприниматель, категория.

Andrii A. Gerasymchuk

Ivan Franko Zhytomyr State University

Nataliia A. Gerasymchuk

Kyiv National University of Technology and Design

**COMPARATIVE ANALYSIS OF "ENTREPRENEURSHIP" AND "ENTREPRENEUR"
CATEGORIES ACCORDING TO UKRAINIAN AND INTERNATIONAL SOURCES**

The article gives a comparative analysis of the categories of "entrepreneurship" and "entrepreneur" according to Ukrainian and international sources. It has been proved that a key figure in entrepreneurship is an entrepreneur whose business turns into a way of life and intrinsic motivation, the entrepreneur becomes a subject and a factor of production, as well as its driving force. It is justified that entrepreneur and entrepreneurship might give a new impetus to the development of economic life in Ukraine within the national legal framework.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, category.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Глибоке й усебічне дослідження феномену підприємництва неможливе без застосування принципів і методів наукового дослідження, без розгляду виробничих відносин, формою вияву яких в умовах товарного виробництва є підприємницькі відносини. А оскільки виробничі відносини вивчаються економічною теорією, то й відносини підприємництва є об'єктом політико-економічного дослідження.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Як зазначають українські вчені, підприємство не вводиться лише до одного з його компонентів — підприємця. Загальні проблеми розвитку підприємства були об'єктом дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Питання управління розвитком підприємства в Україні висвітлені у наукових працях таких вітчизняних вчених, як О. Ареф'єва, З. Варналій, Л. Воротіна, Л. Ганущак-Єфіменко, В. Збарський, Є. Крикавський, В. Колот, М. Малік, С. Покропивний, В. Поліщук, П. Саблук, Н. Саніахметова, Л. Худолій, Н. Чухрай та ін.

Проте, незважаючи на значну кількість вітчизняних і зарубіжних праць, порівняльний аналіз категорій “підприємство” і “підприємець” потребує подальшого вивчення і вдосконалення, зокрема в аспекті якісних характеристик підприємницької діяльності та особливостей загального розвитку малого бізнесу.

Мета роботи: доведення, що центральною фігурою в підприємницькій діяльності є підприємець, для якого підприємство перетворюється у спосіб життя, стає внутрішнім спонукальним мотивом, який стає суб'єктом і фактором виробництва, його рушійною виробничою силою.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. У сучасній вітчизняній економічній літературі сьогодні спостерігається, зазначає З.С. Варналій [10], поверхове, спрощене, а інколи й заплутане тлумачення суті підприємництва і підприємця.

Такий підхід до підприємства і підприємця вітчизняні економісти та юристи сприйняли як аксіому. Наприклад, у підручнику "Курс підприємства" підприємство ототожнюється з бізнесом, а підприємець — із юридичними і фізичними особами, які займаються будь-якими видами бізнесу [Ошибка! Источник ссылки не найден.]. Наші законодавчі акти у визначенні підприємства мало чим відрізняються від такого його трактування.

Економічна теорія — логічне відображення об'єктивно існуючої економічної дійсності. Спосіб і закономірності такого відображення визначаються природою об'єкта пізнання, його генезисом і структурою. У процесі наукового пізнання структура відносин підприємства досліджується нами за допомогою логічного, а генезис — історичного методу.

Поняття "підприємство" надзвичайно широке і містке. У ньому переплітається сукупність економічних, юридичних, політичних, історичних і психологічних відносин. Складалося воно протягом значного часу, змінюючись під впливом базисних і надбудовних інститутів, психології людей тощо.

Перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємства почалися в XVII ст. Уперше поняття "підприємець" у науковий обіг увів англійський банкір-економіст Річард Кантільйон (1680—1734). Р. Кантільйон зробив систематичний аналіз підприємства. Він розумів підприємство як особливу економічну функцію і підкреслював елемент ризику, який завжди властивий підприємству. Кантільйон визначав підприємця як людину, яка за певну ціну купує засоби виробництва, щоб виробити продукцію і продати її з метою одержання доходів, і яка, беручи на себе зобов'язання щодо витрат, не знає, за якими цінами може здійснитися реалізація. До підприємців він зараховував людей з нефіксованими прибутками (ремісників, купців, селян та ін.), тобто тих, хто зайнятий економічною діяльністю за умов нестабільності та

непередбаченості цін. Тому головною рисою підприємця Кантільйон і вважав готовність до ризику. Він розглядав підприємця як фігуру, яка приймає рішення і задовольняє свої інтереси за умов невизначеності. Підприємець, за Кантільйоном, — це будь-який індивід, здатний до передбачення, який бажає брати на себе ризик, спрямований у майбутнє, чії дії характеризуються сподіванням отримати дохід та готовністю до витрат [6].

Вагомий внесок у дослідження підприємництва протягом XVIII-XIX ст. зробили відомі західні економісти А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей, А. Маршалл та інші. Англійського економіста Адама Сміта, пише американський фінансист Лео В. Райан, близького друга філософа Д. Юма в фаховій правовій і економічній літературі називають “батьком капіталізму”. Але, вважають американські вчені, він був, передусім, філософом моралі і права в системі ринкового господарювання [4].

Адам Сміт перебував під сильним впливом Кантільйона і фізіократів. Він багато говорив про роботодавців, майстрів, купців і підприємців, але не приділяв ніякої уваги бізнесменам, які, таким чином, відігравали навдивовижу незначну роль у його аналізі економічних процесів. Більше того, складається враження, що він вважав ці процеси самоініціюючими і самопідтримуючими. Для Сміта була характерною схильність до переоцінки значення праці й недооцінки бізнесу, в рамках якого, тим часом, здійснювалася праця. Він намагався поставити знак рівності між власниками капіталів та бізнесменами й вірив, що за наявності капіталу, праці та сировини бізнес виникає спонтанно. А. Сміт розглядав підприємця як власника. Цим визначаються його дії в економічному житті, мотивація, поведінка, психологія. Мета підприємницької діяльності трактувалася А. Смітом як одержання підприємницького доходу, відповідно до того, скільки людина вклала зусиль в творчість, інноваційність [1].

Погляди А. Сміта і його соратника Давіда Рікардо розвинув Жан-Батіст Сей. Він пов'язував підприємництво з організацією людей у межах виробничої одиниці. Сей мав особистий досвід у сфері бізнесу, образно сприймав його, чого були позбавлені інші класики-економісти. Для нього підприємець — це людина, яка організовує інших людей у рамках виробничої одиниці. Він ставив підприємця в центр процесу виробництва й теорії розподілу, що вплинуло на багатьох теоретиків-економістів того часу [1].

Один з представників німецької класичної школи XIX ст. Й. фон Тюнен вважав підприємницький дохід винагородою не лише за підприємницький ризик, а й за підприємницьке мистецтво в межах права. В основі підприємницького доходу вчений вбачав діяльність підприємця як новатора. І як новатор-винахідник, цілком на законних підставах, підприємець отримував нагороду за цю функцію [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**].

У кінці XIX ст. чітко постала необхідність розрізнення між підприємцем і капіталістом. Нові методи корпоративного фінансування викликали до життя швидке зростання кількості компаній, де капіталісти вже не виступали як підприємці, а підприємці — як капіталісти. Спочатку переважаючим типом був власник-менеджер. Проте ставало дедалі очевиднішим, що між цими двома функціями немає автоматичного взаємозв'язку. Економісти намагалися якомога чіткіше провести межу між підприємцем і капіталістом, але направляли на певні теоретичні труднощі, оскільки капіталіст бере на себе відповідальність, ризикує, а підприємець ні.

Особливе місце в розробці теорії підприємництва посідають праці австро-американського економіста і соціолога Йозефа Шумпетера. Концепція підприємництва Й. Шумпетера ґрунтується на трьох головних засадах [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**]:

– по-перше, функція підприємництва полягає, головним чином, у революціонізації та реформуванні виробництва шляхом використання різноманітних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, відкриття нових

джерел сировини, ринків, реорганізації виробництва. Отже, змістом підприємництва є "здійснення нових комбінацій" факторів виробництва та обігу або різноманітні нововведення;

– по-друге, підприємництво є універсальною загальноекономічною функцією будь-якої економічної системи та поєднується з виконанням інших видів діяльності (управлінням, науковими розробками, маркетингом та ін.) і тому "розсіюється" серед багатьох спеціалістів. Статус власника не виступає у Й. Шумпетера визначальною властивістю підприємця;

– по-третє, підприємництво є функцією господарсько-політичного середовища, яке визначає його можливості, типи, мотивації.

У центр своєї теорії економічного розвитку Й. Шумпетер поставив підприємця, в якому втілені принципово нові підприємницькі риси, що стали рушієм економічного й науково-технічного прогресу в ХХ ст.

За Шумпетером, бути підприємцем — це "означає, робити не те, що роблять інші", й "робити не так, як роблять інші". Підприємницьку функцію він ототожнював із функцією економічного лідерства і новаторства. Й. Шумпетер постійно підкреслював, що інновація є дітищем підприємництва, а підприємець — творцем інновацій. Ще порівняно донедавна, зазначає український вчений і бізнесмен А.Солоп, в свідомості більшості членів нашого суспільства, особливо людей старшого віку, підприємець уявлявся як шахрай, пройдисвіт, злодій, експлуататор і т.д. Минуло небагато часу, пише він і на підприємця стали дивитися як на відмінного господарника, творця всього нового, працедавця тощо [9].

Сучасне виробництво Й. Шумпетер розглядав як певну комбінацію сил і засобів, а завдання підприємця вбачав у тому, щоб вчасно й правильно комбінувати їх. На його думку, квінтесенція підприємницької діяльності полягає в тому, щоб ефективно здійснювати п'ять типів "нових комбінацій":

- 1) виробництво нових благ та поліпшення якості наявних;
- 2) впровадження нових способів виробництва або комерційного використання наявних товарів;
- 3) відкриття й освоєння нових ринків збуту;
- 4) освоєння нових джерел отримання сировини або напівфабрикатів;
- 5) проведення реорганізації в галузі та створення промислових організацій нового типу.

Колишня голова Державного комітету з питань регулювання політики і підприємництва в Україні Олександра Кужіль з особливою силою наголосила: "Сьогодні вперше після довгих десятиріч наше суспільство почало докорінно змінювати своє ставлення до особи підприємця і до підприємництва як соціально-економічного явища. Як засвідчує світовий досвід розвитку, під час найважчих етапів економічного становлення, історія віддає жезл лідера і поводиря саме представникам малого та середнього бізнесу. Саме завдяки їхній вибуховій енергії, винахідливості і щоденній копіткій праці суспільство досягає соціально-економічної стабільності. Підприємець – це творець, що неодмінно народжується на руїнах старих соціально-виробничих відносин, у той напружений час, коли історія здається, вкотре заходить у "глухий кут". І народжується він для того, аби проголосити ідею свободи і вказати шлях уперед [7]. Сьогодні в Україні, зазначає політичний діяч і вчений Олександра Кужіль, важливо колективними зусиллями сформуванати громадську думку на користь підприємця, змусити владні структури створити на місцях умови максимального сприяння вітчизняному виробникові, зняти всі перешкоди на шляху до розвитку малого бізнесу, оточити увагою тих, хто сприяє створенню і розвитку малих підприємств. Попри упередженість деяких представників владних

структур стосовно ефективної економічної діяльності цих підприємств, вони на ділі свідчать про те, що практично немає такої сфери, де вони б не довели про високий рівень їх рентабельності в правовому полі чинного законодавства. Центром діяльності малого підприємства, його мозком і душею є особа підприємця.

Спеціалісти вважають, що в будь-якій країні до підприємницької діяльності схильні не більше 5-6% громадян. І для таких людей – “комерсантів від Бога” – бажання займатись підприємництвом є часом сильніше за страх смерті. Хто ж такий підприємець і які його функції? Згідно з думкою Поліщука В.І., підприємець – це людина, яка **[Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.]**:

- бере на себе ініціативу поєднання ресурсів землі, капіталу і праці в єдиний процес виробництва товару або послуг;
- рушійна сила виробництва і посередник, який нагромаджує ресурси для здійснення процесу, що обіцяє виявитись прибутковим;
- бере на себе важке завдання прийняття основних рішень у процесі ведення бізнесу, які призводять до отримання прибутку;
- є новатором, який прагне втілювати в життя на комерційній основі нові продукти, нові виробничі технології або навіть нові форми організації бізнесу;
- свідомо йде на ризик.

У ринковій системі підприємцю прибуток не гарантований. Винагородою за витрачений ним час, зусилля і здібності можуть виявитись значні прибутки, але може бути і банкрутство.

Щорічно мільйони людей у світі намагаються стати підприємцями, закладають сотні тисяч малих підприємств, проте значна кількість підприємливих людей під тиском різного роду обставин змушена припиняти свій бізнес. Підприємець ризикує не тільки своїм часом, працею і діловою репутацією, але і вкладеними засобами-своїми і чужими.

Ринок повільно, але неухильно змінює менталітет нашого суспільства. Сьогодні “в державі є особи і цілі, соціальні групи, - зазначає вже цитована нами вище О.Кужіль, - які не словами, а ділом вказують нам світло в кінці тунелю. На підприємствах, які вони очолюють, ефективно напрацьовується ринковий досвід господарювання, впроваджуються нові технології і обладнання, змінюється стиль управління прийняття рішень на основі прогресивних форм менеджменту, виробляється чітка маркетингова стратегія. Цих людей ми називаємо лідерами. Тож саме довкола них – конкретних осередків розвитку і носіїв нового економічного і громадянського мислення – треба створювати позитивну громадську думку і поширювати їхній практичний досвід” **[Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.]**. Згідно з думкою польського економіста З. Довгялло, підприємець – це людина, яка спираючись на власний капітал створює і розвиває підприємство, яка здатна на ризик, але має надію, що він може принести в майбутньому прибуток [11]. Підприємець завжди налаштований на прибуток, продовжує далі польський вчений, але не на прибуток за всяку ціну, а в межах діючого законодавства, з врахуванням етичних норм, домінуючих в конкретному суспільстві [11]. Не кожен може бути справжнім підприємцем, стверджує австрійський економіст Йозеф Шумпетер. Для цього треба бути підприємливою людиною. І ця риса, вважає він є вродженою, але він повністю погоджується з Пітером Дракером, що вона проявляється в позитивному значенні тоді, коли пронизана і огорнута раціональною оболонкою.

Перед тим як розпочати підприємницьку діяльність, вважає Гріффін В. Ріккі, майбутній підприємець повинен принаймні в своїй голові визначити ряд циклів, які повинна пройти в своєму розвитку фірма. Крилата фраза Наполеона «Головне вв'язатися в бій, а потім побачимо» далеко не завжди спрацьовує в дійсності підприємства. Тому, пише американський економіст, думка про те, що планування діяльності фірми потрібне

тільки на початку є дуже і дуже хибною. Практика розвитку малих підприємств в США свідчить про те, зазначає він, що ті підприємці-власники, які ігнорували планування дуже швидко відчували гіркоту поразок [12].

В діяльності підприємця і очолюваного ним підприємства, вважає Гріффін В.Ріккі можна виділити 3 фази: а) акцептації, б) перелому, в) зрілості [12].

В фазі акцептації, підприємець всіма доступними йому і не забороненими законом методами бореться за вихід підприємства «на плюс». Щоб досягти цього, підприємець повинен забути про все окрім життєдіяльності своєї фірми, вчасно виявляти найменші перешкоди і намагатися негайно їх ліквідувати. Тут немає, на перший погляд дрібниць, тому що кожна така «дрібничка» в певній ситуації може несподівано перерости у величезну проблему.

Слід бути дуже терплячим. Часом тільки що створене підприємство може давати несподівано великий прибуток, але ніколи не можна забувати про такі чинники як заздрість і конкуренція. Перший має психологічне забарвлення, другий – економічне. І якщо в межах першого ми мало що можемо вдіяти, то у другому випадку – необхідно включати всі важелі підприємництва, знання, знайомості, гнучкість в спілкуванні. І все це в ім'я просперації рентабельності фірми, добробуту її працівників.

Проте випадків, що фірма з першого ж дня взяла добрий старт порівняно мало. Частіше - це важкий, мозольний шлях до успіху. Наприклад, ми відкриваємо фірму по виробництву нового гатунку оцту. На початку, буде дуже важко з клієнтами – сіткою крамниць, яких можна було б зацікавити своєю продукцією. Треба мати певну суму грошей, щоб платити своїм працівникам, в умовах, коли на рахунок підприємства поступає такий тонюсінкий фінансовий потік, що і не знаєш, куди і як ті кошти вкласти і т.д. Важка ситуація буде тривати доти, поки ринок не за акцептує нового гатунку оцту. Приплив фінансових потоків незначно, але перевищує видатки. Мале підприємство вступає в нову фазу, фазу перелому.

В фазі акцептації темпи зростання були настільки низькими, що часом навіть їх неможливо було помітити. В фазі перелому зростання є таким швидким, що підприємець часто не може і зафіксувати щоденні позитивні зміни в розвитку. Наприклад, можуть появитись проблеми з готівкою, якістю продукції, вчасним її доставанням до клієнта. І, звичайно ж, зросте конкуренція.

Фаза зрілості настає тоді, коли стабілізується склад працівників малого підприємства, зникають зайві тривоги, старанно відпрацьовані виробничі цикли, фірма працює як годинниковий механізм. Кожен знає, що повинен робити, які несподіванки можна чекати від зовнішнього оточення і як можна їх нейтралізувати чи навпаки, використати для успіху фірми.

Кількісно-якісні характеристики фаз, мають об'єктивно-суб'єктивні сторони, де об'єктивною є зовнішнє середовище і суб'єктивною риси підприємця. Не маючи можливості в значній мірі впливати на зовнішнє оточення, підприємець повинен сконцентрувати більше уваги на загально визначених в економічній науці рисах підприємництва. Так, наприклад, представники австрійської економічної школи вважають, що головними рисами підприємця є: інноваційність, спостережливість за змінами в зовнішньому оточенні, швидке пристосування до змін ринку, націленість на поступ в технології, флюктацію моди, вмиле використання сприятливих обставин тощо [4].

Майже ті самі риси підприємця, але в дещо більш розгорненому вигляді називає професор Валентина Воронкова. «Підприємець, - пише вона, - це новатор, особа, яка прагне до впровадження в життя на комерційних засадах нових видів продукції, нової технології і організації бізнесу» [17]. Критеріями оцінки індивідуальних рис підприємця, вважає вона, є:

- професійні знання і навички в царині підприємництва і управління;
- вміння стратегічно мислити, приймати рішення на основі чіткого визначення, що хоче споживач;
- високий рівень фаховості, вміння вибрати відповідно до конкретної ситуації тактику дій;
- високий рівень моральності;
- організаторські здібності;
- вміння визначити інтереси суспільства, оточуючого середовища і кожного працівника фірми зокрема;
- здатність до творчої, напруженої і монотонної праці.

Головними перешкодами для створення малих підприємств в Україні, вважає В.Воронкова є [17]:

- високий рівень податків;
- часті зміни в податковій системі;
- недосконале податкове право;
- труднощі в отриманні низькопроцентних кредитів;
- рекет;
- недостатня інформація в офіційних виданнях про проблеми бізнесу;
- слабкий розвиток ринку нерухомості.

Труднощі становлення підприємства на його початковому етапі, вважає Агнешка Бієрнат-Ярка, в значній мірі детерміновані суб'єктивними факторами як самого підприємця, так і його працівників, більше навіть, ніж вплив на діяльність фірми зовнішнього оточення. Такими факторами, вважає вона є [10]:

1. Недостатньо високий рівень кваліфікації кадрів малого підприємства.
2. Догматичне мислення підприємця-власника фірми.
3. Слабкість організаторських здібностей підприємця (у визначенні клієнтури, постачальників, зміцненні дисципліни, залученні висококваліфікованих кадрів тощо).
4. Недостатні знання підприємця в царині економічної науки (кадрової політики, фінансів, збуту продукції тощо).
5. Обмежені можливості отримання низькопроцентних кредитів.
6. Слабке знання норм господарського права.

Підприємець, згідно Й.Шумпетера і О.Кужіль — це особлива людина, яка відрізняється від "простого хазяїна" поведінкою та мотивами господарської діяльності, інтелектом і кругозором, інтуїтивним чуттям і вольовими рисами. Підприємець — це людина, яка "прокладає шлях", "пливе проти течії", а не просто хазяїн, який іде готовою дорогою, "пливе за течією" [5]. Для того, щоб здійснювати постійний пошук нових способів підвищення якості, зазначав Й.Шумпетер, слід мати волю і здібності, виділяти визначальні моменти діяльності, бачити їх у реальному світі; бути спроможним "плисти проти течії", долаючи опір соціальних сил; здійснювати вплив на інших результатами успіху, духовною свободою, витратами сил і енергії. Підприємці і бізнесмени, яких в США називають "батьками-фундаторами", пише Міхель Новак, могли діяти розкуто і раціонально тому, що вони твердо дотримувались правових і етичних норм. Ці норми були вже закладені в засадах епохи просвітництва XVIII століття і в першу чергу на погляді французького соціолога Шарля-Луї Монтеск'є (1689-1755 рр.). "То підприємці і бізнесмени, — пише Міхель Новак, — вбачали в приватному підприємстві можливість вирішення проблем мистецтва, наукових винаходів і відкриттів, то саме вони в ідеях вбачали нові форми власності, які були вагомішими, ніж земельні володіння. Батьки-фундатори були глибоко переконані в тому, що основне джерело багатства народів знаходиться в сфері думок, ідей" [14].

З ідеями Й. Шумпетера збігаються погляди Ф. фон Хайєка, але вони відзначаються більшою широтою. Вищою цінністю, за Хайєком, виступає особиста свобода, яка дає змогу людині продуктивніше розпоряджатися своїми здібностями та знанням, інформаційно-економічним потенціалом, а найкращим координатором процесів використання унікальних потенцій індивідів виступає ринок, насамперед ціновий механізм, роль якого, поряд з іншим, полягає у забезпеченні індивідів інформацією про перспективні чи несприятливі умови щодо попиту та пропозиції галузі, нові засоби задоволення їх. Носій підприємницької ініціативи виступає рушійною силою пошуку таких новацій, оскільки прагне до найбільш ефективного поєднання свого унікального "ноу-хау" з ринковою ситуацією і тим самим до досягнення першості в конкуренції та більшого доходу. Функція підприємництва "розсіяна" серед усіх індивідів, але в сучасних економічних системах виділяються особливі групи людей, "готових випробувати нові можливості". Щодо поширених нарікань на те, що в різних країнах немає зовсім чи недостатньо "духу підприємництва", то вони є наслідком не стільки природних властивостей їхнього населення, скільки обмежень ієрархічного порядку (звичаїв, інститутів тощо).

Представники неоавстрійської школи Л. Мізес, І. Кірцнер і Ф. Хайєк ініціювали нову хвилю досліджень теорії та практики підприємництва. На їхню думку, ринковий процес неможливо відділити від механізму конкуренції, в центрі якої — як процесу пошуку нового, що супроводжується невизначеністю результатів, — стоїть підприємець. Це не яка-небудь невизначена фігура, а скоріш, за визначенням Л. Мізеса, певна функція, яка відображає цілеспрямованість людини на знаходження та використання нових можливостей у виробництві, суспільстві і т. ін.

До найбільш цікавих сучасних представників австрійського підходу до проблеми підприємництва, безумовно, слід віднести й американського дослідника І. Кірцнера. За його теорією, основна роль підприємцю — досягти такого регулювання системи, здійснити таку її підготовку, яка забезпечила б рух ринків до стану рівноваги, тобто підприємець являє собою "...зрівноважуючи силу, а не навпаки" [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**].

Велику роль у розробці теорії підприємництва відіграв німецький соціолог М. Вебер. Підприємництво в цілому Вебер розглядав як спосіб життя, "... при якому людина існує для діла, а не діло для людини". В своїх працях він з особливою силою наголошував, що економічний прогрес забезпечується не без принциповими спекулянтами і авантюристами, які були в кожному суспільстві впродовж всіх епох економічного розвитку людства, не власниками великих грошей і земельних площ, а тими людьми, які пройшли сувору школу обережності і ощадливості, вміли цінувати працю і працівників, в своїй підприємницькій діяльності дотримувались засад християнства. В США і країнах Західної Європи спочатку це були норми протестантської етики, а потім законодавчі акти, які й нині виступають головним регулятором економічного життя і його серцевини підприємництва в розвинутих капіталістичних країнах [5].

Сучасник М. Вебера німецький економіст, соціолог та історик В. Зомбарт виділяв дві духовні засади, на яких ґрунтується капіталізм, — підприємницьку і міщанську. В його праці "Буржуа. Етюди з історії духовного розвитку сучасної економічної людини" підкреслюється, що вирішальною умовою реалізації підприємницького духу є поєднання жаги грошей з ділом. В інтерпретації Зомбарта "...бути доброю діловою людиною — це не лише утримувати своє господарство у зразковому стані. Важливо також володіти відповідною діловою етикою — "етикою в ділі" та "етикою для діла".

Теоретичні розробки Й. Шумпетера та Ф. Хайєка, німецьких соціологів М. Вебера та В. Зомбарта, а також представників неоавстрійської школи є основою сучасних

західних концепцій підприємництва. Якщо узагальнити, то підприємництво там ототожнюється з виробництвом нових товарів і послуг, підвищенням їхньої якості, творчим пошуком "нових комбінацій", запровадженням інновацій, нових технологій, вдосконаленням управлінського "ноу-хау" тощо.

Сучасні західні економісти пов'язують підприємництво насамперед з інноваціями, пошуком та використанням нових можливостей. Так, зокрема, Е. Дж. Долан та Д. Ліндсей під підприємництвом розуміють "... процес пошуку нових можливостей, використання нових технологій і нових сфер вкладання капіталу, подолання старих стереотипів та меж" [16]. Разом з тим, автори зазначають, що визначати підприємництво як четвертий вектор виробництва не зовсім правомірно. "На відміну від праці, капіталу та природних ресурсів, підприємництво невідчутне (непомітне) і невимірне..." Ми не можемо вести мову про ціну "одиниці підприємництва", такої одиниці немає. Також, на відміну від людських ресурсів, які старіють, машин, які зношуються, та природних ресурсів, які можуть бути вичерпані, винаходи та відкриття підприємців не витрачаються в міру використання. Тому більш зручно вважати підприємництво процесом пошуку найкращого шляху поєднання трьох основних факторів виробництва, ніж вважати його окремим четвертим самостійним фактором" [16].

Кемпбелл Р. Макконнелл та Стенлі Л. Брю підприємницькі здібності визначають як "...здібності людини використовувати певне поєднання ресурсів для виробництва товару, приймати послідовні рішення, створювати нововведення та йти на ризик" [2].

Відомий американський економіст Гріффін В. Ріккі стверджує, що для підприємця "на першому місці повинно бути бажання "викластися" в праці кожного дня. Підприємець повинен задати тон для інших, який мотивував би їх до праці... не прагнути до перемоги час від часу. Не намагатися робити якісні речі від випадку до випадку, а слід робити все якісно і постійно" [12]. Кожен підприємець, стверджує американський вчений, повинен в межах права ставити перед членами фірми високі вимоги. З часом вони звикають до цих вимог і вони стають їх внутрішньою потребою. Створюється відповідна репутація фірми. І не потрібна тут ніяка реклама. Рекламою вже є дотримання правових норм [**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**].

Інша відома вчена в сфері права і етики Джексон Дженніфер наголошує, що людина, яка ламає право в підприємницькій діяльності завжди буде виглядати підозрілою в очах своїх партнерів і клієнтів [13].

На підставі чинного законодавства й апробованого на практиці його застосування можна стверджувати, що підприємництвом є не будь-яка корисна для суспільства діяльність із виробництва продукції, надання послуг, а тільки та, що характеризується такими основними ознаками:

- економічною самостійністю та автономною волею її суб'єктів;
- ініціативністю;
- творчим новаторським характером, інноваційністю;
- систематичністю;
- здійснюється на власний ризик і під певну особисту майнову відповідальність;
- здійснюється з метою одержання надприбутку (підприємницького доходу).

Чітке визначення поняття підприємництва, підприємницьких відносин має важливе практичне значення, оскільки від цього багато в чому залежить правильність формування самого предмета дослідження.

Сутність підприємництва не можна зводити лише до особистого фактора. Підприємництво, окрім особистого компонента, має ще й економічну (матеріальну)

основу, якою є процес отримання надприбутку завдяки інноваційній ініціативній ринковій діяльності.

Рушійними мотивами здійснення підприємницької діяльності є самоствердження і самозбагачення через отримання підприємницького доходу, без чого підприємство не змогло б самовідтворитися, задовольняти свої потреби. І, нарешті, підприємство перетворюється у спосіб життя, стає внутрішнім спонукальним мотивом, "безумовним рефлексом".

Підприємець, використовуючи у процесі виробництва нову техніку і технологію, організовуючи по-новому процеси праці й виробництва, одержує прибутковий "продукт вищої якості". Надприбуток, який створюється в інноваційному, ринковому процесі виробництва, є підприємницьким доходом. Процес отримання такого надприбутку і становить глибинну економічну природу і сутність підприємництва, яке здійснюється (може здійснюватись) у різних організаційно-правових формах [4].

Таким чином, на нашу думку, підприємство — це ініціативна, самостійна, інноваційна, систематична діяльність із виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, яка здійснюється на власний ризик і під особисту майнову відповідальність з метою отримання підприємницького доходу.

Якщо мати на увазі підприємця як суб'єкта процесу відтворення, то поняття "підприємець" має довгу історію розвитку. Спочатку посередництво було основною сферою підприємницької діяльності. Воно здійснювалося, головним чином, у сфері обігу. Потім ця сфера діяльності почала охоплювати всі моменти відтворення, серед них і виробництво. Підприємець із простого посередника перетворився в активного безпосереднього учасника всіх етапів відтворення. Тому в наш час особистий фактор процесу виробництва вже не можна зводити лише до робітника, до найманої робочої сили. Підприємець — це суб'єкт і фактор виробництва, його рушійна виробнича сила. І саме він і підприємство, яке він виражає, дадуть новий імпульс розвитку економічному життю України в рамках правового поля нашої держави.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Спираючись на наукову вітчизняну і зарубіжну літературу можна зробити деякі висновки.

1. Підприємство є необхідним атрибутом ринкового господарювання. Як явище воно найвиразніше проявляється в діяльності малих і середніх підприємств.

2. Без чітких правових нормативів, законодавчих актів, підприємство втрачає цивілізований характер, стає виразом кримінальної сваволі діячів псевдо господарської діяльності.

3. Центральною фігурою в підприємницькій діяльності є підприємець. Досвід розвитку світової господарської діяльності свідчить, що успіхи підприємця детерміновані його фаховою і правовою підготовкою. Саму тому стає нагальною необхідністю кількісного збільшення і якісного поглиблення правової освіти на всіх рівнях економічної освіти в Україні.

Література

1. Ареф'єва О.В. Управління формуванням підприємництва : Монографія. / Ареф'єва О.В., Герасимчук Н.А. – К.: Видавничий дім "Корпорація", 2006. - 225 с.
2. Варналій З.С. Мале підприємство: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Знання, 2001. – 277 с.
3. Волков І. Перше десятиліття // Підприємство в Україні. – 2001. – № 2. – С. 3-4.
4. Ганущак-Єфіменко Л. М. Інноваційний розвиток підприємництва в Україні: стратегічні орієнтири [Текст] : монографія / Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна ; ВНЗ "Нац. акад. упр.". - Київ : Національна академія управління, 2014. - 397 с.

5. Герасимчук А. А. Етика й етикет сучасного бізнесу - запорука економічної безпеки підприємств : навч. посіб. / А. А. Герасимчук, О. І. Тимошенко, Я. Дашкевич; Європ. ун-т. - К., 2007. - 285 с.
6. Герасимчук Н. А. Підприємницький механізм ресурсозберігаючого розвитку АПК : [моногр.] / Н. А. Герасимчук. – Київ: "ЦП "Компрінт", 2015. – 464 с.
7. Кужіль О. Підприємництво – двигун реформ в Україні //Становлення і розвиток підприємництва в Україні. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції 28-29 квітня 1999 р. –Хмельницький, 1999. – С. 26-29.
8. Поліщук В. І.Приватний підприємець .– К : Фінансист, 2000- С. 20.
9. Солоп А. Тайны бизнеса. – К.: УФИМБ, 1997. – С. 97.
10. Biernat-Jarka Agnieszka. Rolamałych i średnich przedsiębiorstw w rozwoju obszarów wiejskich // Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów, Rolnictwa i Agrobiznesu. –Т.3, Zeszyt 5. –Warszawa-Poznań-Białystok, 2001. – S.178.
11. Dowgiałło Zygmund. Praca menedżera. – Szczecin: Znicz Wydawnictwo, 1999. – S.20.
12. Griffin Ricky W . Podstawy zarządzania organizacjami. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1998. – S. 746.
13. Jackson Jennifer. Biznes i moralność. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999. – S. XIX.
14. Novak Michael. Seren Corporate Responsibilities // Is the Good Corporation Dead? Social Responsibilities in a Global Economy. Rowman and Littefield Publishers, Inc. 1994. – P. 190.
15. RyanV.Leo. Etyka a wyniki finansowe firmy: amerykański punkt widzenia. // Etyka biznesu w działaniu. Doświadczenia a perspektywy. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001. – S. 90.
16. Saint-Simon Claude-Henri. Pisma wybrane. – Т. 2. – Warszawa: Książka i Wiedza, 1968. – S. 178.
17. Woronkova Walentyna. Mała przedsiębiorczość a tworzenie się klasy średniej na Ukrainie// Zeszyty Naukowe. Wyższa SzkołaEkonomiczna w Stalowej Woli.– Nr 1, 2002, S.137.

References

1. Aref'yeva O.V. Upravlinnya formuvannyam pidpryyemnytstva : Monohrafiya. / Aref'yeva O.V., Herasymchuk N.A. – K.: Vydavnychyu dim “Korporatsiya”, 2006. - 225 s.
2. Varnaliy Z.S. Male pidpryyemnytstvo: osnovy teoriiy i praktyky / Z.S. Varnaliy. – K.: Znannya, 2001. – 277 s.
3. Volkov I. Pershe desyatylittya // Pidpryyemnytstvo v Ukrayini. – 2001. – № 2. – S. 3-4.
4. Hanushchak-Yefimenko L. M. Innovatsiynyy rozvytok pidpryyemnytstva v Ukrayini: stratehichni oriyentyry [Tekst] : monohrafiya / Hanushchak-Yefimenko Lyudmyla Mykhaylivna ; VNZ "Nats. akad. upr.". - Kyuyiv : Natsional'na akademiya upravlinnya, 2014. - 397 s.
5. Herasymchuk A. A. Etyka y etyket suchasnoho biznesu - zaporuka ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstv : navch. posib. / A. A. Herasymchuk, O. I. Tymoshenko, Ya. Dashkevych; Yevrop. un-t. - K., 2007. - 285 s.
6. Herasymchuk N. A. Pidpryyemnyts'kyu mekhanizm resursozberihayuchoho rozvytku APK : [monohr.] / N. A. Herasymchuk. – Kyuyiv: "TsP "Komprint", 2015. – 464 s.
7. Kuzhil' O. Pidpryyemnytstvo – dvyhun reform v Ukrayini //Stanovlennya i rozvytok pidpryyemnytstva v Ukrayini. Materialy Vseukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi 28-29 kvitnya 1999 r. –Khmel'nyts'kyu, 1999. – S. 26-29.
8. Polishchuk V. I.Pryvatnyy pidpryyemets' .– K : Finansyst, 2000- S. 20.
9. Solop A. Tayny biznesa. – K.: UFIMB, 1997. – S. 97.