

УДК 316.334.23

**Віктор Мадзігон**, науковий співробітник лабораторії  
трудової підготовки і політехнічної творчості АПН України,  
м. Київ

## **ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЯВИЩА**

*У статті висвітлюється актуальна проблема необхідності на сучасному етапі підготовки підприємців в системі неперервної економічної освіти, розкрито питання виникнення та історії розвитку підприємництва як одного із напрямів економіки, організації виробництва.*

**Ключові слова:** підприємництво, підприємець, виробництво, прибуток, ризик, ринок, бізнес.

*В статье освещается актуальная проблема необходимости на современном этапе подготовки предпринимателей в системе непрерывного экономического образования, раскрыт вопрос возникновения и истории развития предпринимательства как одного из направлений экономики, организации производства.*

**Ключевые слова:** предпринимательство, предприниматель, производство, прибыль, риск, рынок, бизнес.

*In the article the issue of the day of necessity is illuminated on the modern stage of preparation of businessmen in the system of continuous economic education, the question of origin and history of development of enterprise is exposed as one of directions of economy, organization of production.*

**Key words:** enterprise, businessman, production, income, risk, market, business.

**Актуальність проблеми.** Уява про підприємництво формувалася протягом тривалого часу еволюції і змінювалась залежно від рівня продуктивних сил, відносин власності, поширення в суспільстві певних форм організації виробництва. Кожний виток розвитку суспільства істотно доповнював зміст підприємництва новими гранями, суттєво збагачуючи його.

Розуміння підприємництва і підприємець як посередника панувало в середні віки і вживалося у подвійному значенні:

- як організатор масових видовищ;
- як керівник певного виробничо-будівельного проекту.

Варто зазначити, що чітке розмежування між бізнесом та іншими видами праці викликало необхідність теоретично осмислити це, і Р. Кантільйон започатковує у науковому вжитку термін “підприємець”, а підприємництво визначає як функцію особливого роду, для якої характерний ризик, це показано авторами Й. Петровичем, Г. Захарчин та А. Терехух в роботі<sup>1</sup>.

**Аналіз останніх публікацій.** Даній проблемі присвячено і випущено друком у світ значну кількість науково-методичної літератури, яка висвітлює питання підприємництво як напрям людської діяльності, до них слід віднести роботи З. Варналій, В. Сизоненко [1], М.В. Вачевський, С.А. Давимука [7], М.М. Єрмошенко [8],

В.М. Ковальчук [11], І.Р. Михасюк, І. Бернацький [13], В.М. Мадзігон [15], М.І. Маниліч, І.В. Губатюк [14], Й.М. Петрович, Г.М. Захарчин [19], С.В. Мочерний, Л.О. Каніщенко, О.А. Устенко [16] та інші автори, роботи яких використовуються в навчальному процесі.

**Мета статті.** Дослідити необхідність вивчення підприємницької діяльності у процесі безперервної економічної освіти, починаючи із загальноосвітньої школи, професійно-навчального закладу та ВНЗ де випускник ВНЗ зможе отримати поступово високий рівень якості освіти та належний рівень професійних компетентностей як цього вимагають нормативи щодо Болонського процесу довгострокової політики, спрямованої на розвиток суспільства, подальшого процвітання держави та перспективи розвитку людського потенціалу.

**Виклад основного матеріалу.** Довгий час поняття “підприємець” ототожнювалося із поняттям “власник”. Однак, із другої половини ХІХ ст. появилась необхідність чітко окреслити відмінність між підприємцем і власником-капіталістом, оскільки відбулось відособлення капіталу-власності від капіталу-функції. Процес прийняття рішення все частіше переходив від власника капіталу до капіталіста-управлінця (менеджера). Ця тенденція посилилась із виникненням корпоративної форми підприємств, яка виключає строгий зв'язок між підприємцем і власником.

---

<sup>1</sup> Петрович Й.М., Захарчин Г.М., Терехух А.А. Організація підприємництва в Україні. Навчальний посібник. – Львів. Оксарт. – 2000. – 320 с.

## ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЯВИЩА

В основі підприємницької діяльності лежить ряд обов'язкових умов і вимог, до яких слід віднести наступні чинники:

- обов'язковою умовою підприємництва є свобода у виборі напрямів і методів діяльності, самостійність прийняття рішень;

- підприємництво передбачає відповідальність за прийняті рішення, їх наслідки і пов'язаний з цим ризик;

- вимогою підприємницької діяльності є орієнтація на комерційний успіх, одержання прибутку, що зв'язано з ринковою структурою економіки.

Досвід роботи підприємств і організацій в умовах переходу до ринку переконує, що потреби підприємницької діяльності випереджають наявні теоретичні, методичні та експериментальні розробки з питань організації виробничо-господарських систем. Нинішні завдання формування суб'єктів ринкових відносин (незалежних товаровиробників, які вступають між собою у відносини конкуренції) вимагають ліквідації наукового обґрунтування шляхів розвитку підприємств в період становлення ринкової економіки і на цій основі прогнозування організації підприємницької діяльності [18].

Для розв'язання цієї проблеми вимагаються нові завдання, інтуїція, точний розрахунок і творчий підхід, оскільки підприємництво – це не тільки особливий вид діяльності, але і певний стиль поведінки, образ мислення, складовими якого є пошук нетрадиційних рішень, масштабність і ризик, ділова хватка. Особливо це непросто в теперішніх умовах, коли якісні зміни всіх сторін економічного життя є нестабільні, а також невизначені перспективи розвитку підприємництва. Щоби в такій ситуації знайти свій шлях потрібні систематичні знання, підготовка до підприємницької діяльності учнівської і студентської молоді, враховуючи досвід передових країн і головне приймаючи історичні традиції того регіону до якого здійснюється підготовка підприємців до ринку праці.

Дальший розвиток і становлення підприємництва, як зазначає Й. Петрович, вимагало нового трактування поняття “підприємець” і нової концепції підприємництва, яку Й. Шумпетер у 1912 р., підкресливши характерні риси підприємця – творчий характер, пошук, ініціативність. Однак, ця концепція утвердилась значно пізніше, і тільки в середині ХХ ст. остаточно склалось розуміння підприємця як новатора, оскільки пошук ідей та їх реалізація – це одне із найскладніших завдань підприємництва в економічному розвитку суспільства.

Роль підприємництва в економічному розвитку полягає не стільки у збільшенні випуску продукції і прибутку на особу, як у тому, щоб викликати зміни в структурі бізнесу і суспільства. Одна із теорій економічного розвитку описує підприємництво як ключовий момент не стільки для створення нового продукту чи послуги на ринку, як для стимулювання зацікавлень інвесторів у створенні нових підприємницьких структур, підприємницької діяльності.

Визначення, що таке підприємець і що він повинен робити, щоб так називатись, було предметом тривалої дискусії. Фактично більшість людей, яких можна було б назвати підприємцями, самі себе так не називали. Підприємництво може набувати таких форм і виглядів, що буває важко визначити, хто ж такі підприємці. Можна сказати, що особи будь-якої професії можуть називатись підприємцями. Коли зосередити увагу на тому, хто ці люди, а на тому що вони роблять, то визначення підприємця стає більш зрозумілим, як відзначає А. Загородній та ін. [9].

Своє визначення про підприємництво відзначає колектив авторів в підручнику випущеному за редакцією М. Вачевського, В. Мадзігона в якому відзначено:

**Підприємництво** – це організаційно виокремлена та економічно самостійна основна (первинна) ланка національної економіки, що виготовляє продукцію для продажу (виконує роботу) або надає платні послуги [3].

Кожне підприємництво має історично сформовану конкретну назву (фірмове найменування) – завод, фабрика, шахта, майстерня, ательє. Може складатися з кількох виробничих одиниць (комбінат, виробниче об'єднання). Під такою назвою підприємство включають до державного реєстру країни. Будь-яке підприємство, що займається підприємницькою діяльністю є юридичною особою.

Слід відзначити, що фірмова марка (знак) підприємства слугує для ідентифікації товарів або послуг продуцента (продавця) та їхнього відокремлення на ринку від продукції (послуг) конкурентів.

Генеральну (головну) мету підприємства у підприємницькій діяльності, тобто чітко окреслену причину його створення та функціонування у світовій економіці називають місією. Здебільшого місією сучасного підприємства вважають виробництво продукції (надання послуг) для одержання доходу (прибутку).

На основі загальної місії підприємств встановлюють загально фірмові господарські цілі підприємницької діяльності.

## ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЯВИЩА

У практиці господарювання кожне підприємство, що є складною виробничо-економічною системою, здійснює багато конкретних видів підприємницької діяльності, які за ознакою спорідненості об'єднують в такі окремі напрями, як вивчення ринку товарів і послуг, інноваційна діяльність, виробнича діяльність, комерційна діяльність, післяреалізаційне обслуговування (сервіс) та два інтегровані напрями – економічна і соціальна діяльність.

В Україні діяльність підприємств регулюється Господарським, Цивільним кодексами, а також окремими законами та іншими нормативно-правовими документами, в яких зазначено:

- види та організаційні форми підприємств підприємницької діяльності;
- правила їхнього створення й ліквідації;
- механізм здійснення ними підприємницької діяльності;
- правові засади діяльності;
- ступінь самостійності підприємств у прийнятті господарських рішень;
- права та відповідальність у здійсненні господарської діяльності;
- порядок відносин з іншими суб'єктами господарювання і державою;
- правила взаємодії адміністрації (власників) підприємства із трудовим колективом та інші питання.

Усі підприємницькі підприємства в Україні класифікують залежно від форм власності, способу, порядку утворення (створення) і порядку формування статутного фонду, кількості працівників та обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік.

Під структурою будь-якого підприємництва розуміють його внутрішній устрій, який характеризує склад підрозділів і систему зв'язків, підпорядкованості та взаємодії між ними. Розрізняють виробничу й загальну структури підприємства у підприємницькій діяльності. Є такі форми добровільних об'єднань підприємницьких структур підприємницької діяльності: асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, картелі, синдикати, трести, фінансові (промислово-фінансові) групи, холдинги (холдингові компанії).

Створення інституальних об'єднань започатковують у директивному порядку міністерства (відомства) чи безпосередньо Кабінет Міністрів України. До них належать виробничі, науково-виробничі (науково-технічні), виробничо-торговельні та інші об'єднання (комплекси, центри), що інтегрують стадії створення (проекування), продукування, реалізації та після реалізаційного сервісного обслуговування виробів тривалого використання.

Відповідно історичного розвитку підприємництва, слід відзначити про вагомий внесок у дослідження феномену підприємництва протягом XVIII – XIX ст. зробили відомі західні економісти А. Сміт, Ж.Б. Сей, А. Маршал, Й. Шумпетер та інші.

Адам Сміт перебував під значним впливом Річарда Кантільйона і фізіократів. Він багато говорив про роботодавців, майстрів, купців і підприємців, але не приділяв ніякої уваги бізнесменам, які відігравали на диво малу роль у його аналізі економічних процесів. Більше того, складається враження, що А. Сміт вважав ці процеси такими, що самооцінюються та самопідтримуються. А. Сміту була притаманна схильність до переоцінки значення праці й недооцінки бізнесу, в рамках якого здійснювалася праця.

Підприємець, за висловом А. Сміта, є власником, який іде на економічний ризик заради реалізації певної комерційної ідеї та отримання прибутку. Підприємець планує, організує виробництво та розпоряджається його результатами, як відзначає З. Варналій [2].

У XVIII ст. подальше осмислення поняття підприємництва здійснював французький економіст Жан Батіст Сей, який пов'язував підприємництво з організацією людей у межах виробничої одиниці. Він мав особистий досвід у сфері бізнесу, образно сприймав його, чого були позбавлені інші класичні економісти. Для Сея підприємець – це людина, яка організовує інших людей у рамках виробничої одиниці. Він ставив підприємця у центр процесу виробництва і теорії розподілу, що вплинуло на багатьох теоретиків-економістів. Зокрема, Ж.Б. Сей вважав, що підприємець – це економічний агент, який комбінує фактори виробництва (землю, капітал та працю).

Альфред Маршал ототожнював підприємництво з менеджментом. У фундаментальній праці “Принципи економіки” (1890 р.) А. Маршал особливо наголосив на інноваційному моменті та активній ролі самого підприємця у застосуванні нових машин і технологічних процесів.

Апогеєм у розробці теорії підприємництва стали праці австро-американського економіста й соціолога Йозефа Шумпетера. Концепція підприємництва Й. Шумпетера ґрунтується на трьох головних засадах:

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

## ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЯВИЩА

джерел сировини, ринків, реорганізації виробництва. Отже, змістом підприємництва є “здійснення нових комбінацій” факторів виробництва або різні нововведення;

- підприємництво є універсальною загальноекономічною. Функцією будь-якої економічної системи та поєднується з виконанням інших видів діяльності (управлінням, науковими розробками, маркетингом) і тому “розподіляється” серед різних спеціалістів.

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

У центрі своєї теорії економічного розвитку Й. Шумптер поставив підприємця, в якому втілені принципово нові підприємницькі якості, що стали рушієм економічного науково-технічного прогресу ХХ ст. Підприємницьку функцію він ототожнював із функцією економічного лідерства і новаторства. Й. Шумптер зазначав, що інновація – дітище підприємництва, а підприємець – творець інновацій.

У загальному, “підприємництво” – це самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність, пов’язана із виробництвом продукції, виконанням робіт, наданням послуг та заняттям торгівлею з метою одержання прибутку. Дане визначення відображає і основні ознаки підприємництва (самостійність, систематичність діяльності, ініціатива, творчість, ризик), і види підприємницької діяльності, і результат діяльності – прибуток.

Головний показник підприємництва – практичні результати: одержання прибутку, професійне задоволення, утвердження позитивної репутації в суспільстві, серед партнерів, створення грошового фонду стабільності підприємства.

Отже, **прибуток** – головний стимул підприємницької діяльності. Прибуток не лише символ успіху, він є матеріальною основою

збільшення капіталу, розширення підприємницької діяльності. Але є й інші, не менш важливі стимули. Це самоствердження особистості, можливість реалізувати свої здібності в одній із найскладніших сфер людської діяльності [6].

**Підприємницька діяльність** включає виробничу, комерційну, торговельну, закупівельну, посередницьку, інвестиційну, консультаційну, фінансову, та надання послуг.

**Підприємницька діяльність** ґрунтується на мобілізації коштів (фінансів), трудових, матеріальних, інформаційних та інтелектуальних ресурсів (базова основа); організації виробництва, матеріально-технічного забезпечення і збуту, маркетингу і реклами (організаційна основа); новаторстві, що включає винахідництво використання нових ідей на творчій основі і кон’юнктурі (творча основа) [16].

**Підприємець** – людина, яка організовує і управляє підприємством з метою власної вигоди. Він вкладає свої ідеї, знання і навички у планування, організацію і управління виробництвом, несе відповідальність за свою справу, і якщо вона виявиться прибутковою, підприємцеві дістається весь вигаш.

Підприємництво може розвиватися лише в певному економічному середовищі. Необхідна також система дійових законів, які захищали б підприємництво й забезпечували стійку діяльність на ринку. Найважливішими передумовами розвитку підприємництва є демократизація та урізноманітнення форм власності, монополізація виробництва, активна підтримка державою інвестиційних процесів для різних суб’єктів підприємницької діяльності, формування повноцінного конкурентного ринку.

Залежно від змісту підприємницької діяльності розрізняють виробниче, торгове, кредитне та страхове підприємництво.

**Підприємництво** – це відкриття власної справи. Можна зайнятися підприємництвом індивідуально, без створення юридичної особи; організація товариства з обмеженою відповідальністю вимагає розробки статуту та реєстрації підприємства.

**Підприємництво виробниче**, якщо підприємець, використовуючи фактори виробництва, надає послуги, виконує роботи, створює духовні цінності для подальшого продажу споживачам, торговельним організаціям.

**Торгове підприємництво** – пов’язане з доведенням продукту від виробника до споживача. При цьому відбувається реалізація особливого товару-послуги, яка прискорює процес руху товару і зменшує витрати обігу.

**Кредитне підприємництво** – особлива форма підприємництва, в якій предметом купівлі-продажу виступають гроші. Цей вид підприємництва пов’язаний з акумуляцією тимчасово вільних коштів та використанням їх для надання кредиту.

**Страхове підприємництво** – його суть полягає в наданні частки доходу іншому підприємцеві, аби зменшити ступінь ризику. Страхування ризику – це, по суті, передача певних ризиків страховій компанії.

## ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЯВИЩА

Для досягнення успіху в підприємництві необхідна економічна освіта, зокрема, систематичні наукові знання про економічні категорії і закони матеріального виробництва, усвідомлення суті продуктивних сил і виробничих відносин, розуміння особливостей матеріального розвитку суспільства, його економічних завдань [4].

**Підприємець повинен мати знання** про галузі промисловості і сільського господарства, що відіграють важливу роль у системі матеріального виробництва, у зміцненні економіки України, у підвищенні життєвого рівня суспільства.

Створення будь-якої нової справи вимагає певних знань з управління виробництвом, вміння оцінювати і передбачати ринкову кон'юнктуру, вчасно приймати нестандартні управлінські рішення та забезпечувати їх практичну реалізацію, керувати колективом на рівні сучасних вимог.

Оскільки підприємницька діяльність визначається ринком, то важливою функцією організації підприємництва є система маркетингу. Адже будь-яка підприємницька діяльність спрямовується на кінцевий результат – **продаж товарів або послуг** [1].

Маркетинг є науково обґрунтованою системою освоєння ринку. Він охоплює різні сторони підприємницької діяльності, починаючи з розробки продукції і закінчуючи її продажем споживачеві.

Підприємництво існує у різних сферах бізнесу: купівля, комерційна чи виробнича діяльність, що націлені на збагачення власних і суспільних потреб. Показниками таких результатів є фінанси, гроші і кредити, цінні папери. За допомогою фінансів інтенсифікується підприємницька діяльність, розв'язуються різні соціальні проблеми.

Щоб підтримувати високий професійний рівень, підприємцеві необхідно систематично переглядати законодавчу й інструктивну інформацію з питань грошового обігу, фінансів і кредиту, статистичні матеріали регіону, використовувати їх в аналізі і прогнозуванні діяльності.

**Висновки. Отже, об'єктом підприємництва** є певна діяльність у сфері виробництва продукції або надання послуг для одержання певного доходу. Величина доходу залежить від того, як підприємець організував свою діяльність, врахував всі фактори. Згодом здійснення нових комбінацій стане чи не головною справою підприємця. Підприємництво охоплює виготовлення нових благ, впровадження нових методів виробництва, освоєння нових ринків збуту, одержання нових джерел сировини чи напівфабрикатів, проведення відповідної реорганізації. Постійний пошук нових способів комбінацій ресурсів відрізняє підприємця від звичайного господарника.

1. Варналій З.С., Сизоненко В.О. *Основи підприємницької діяльності. Підручник. Для учнів 10 – 11 кл. /З.С. Варналій, В.О. Сизоненко.* – К.: Знання України. – 2004. – 404 с.

2. Варналій З.С. *Основи підприємництва. Навчальний посібник.* – К.: “Знання – Прес”. – 2003. – С. 24–27.

3. Вачевський М.В., Мадзігон В.М., Примаченко Н.М. *Основи економічних знань 10 – 11 клас. Підручник.* – К.: ЦУЛ, 2004. – С. 132.

4. Вачевський М.В., Мадзігон В.М. *Основи економіки. Навчальний посібник для учнів ліцеїв, коледжів, гімназій та загальноосвітніх шкіл 10 – 11 – 12 класів. /М. Вачевський, В. Мадзігон.* – К.: Педагогічна думка. – 2007. – 612 с.

5. Вачевський М.В. *Маркетинг для формування професійної компетенції. Підручник.* – К.: Професіонал, 2005. – 512 с.

6. Гальчинський А.С., Єценко П.С., Палкін Ю.І. *Основи економічних знань.* – К.: Вища школа. – 1998. – 544 с.

7. Давимука С.А. *Теоретико-методологічні аспекти приватизації і механізми її реалізації в Україні /С.Давимука.* – Львів.: Інститут регіональних досліджень НАН України. – 1998. – 399 с.

8. Єрмошенко М.М. *Маркетинговий менеджмент /М. Єрмошенко.* – К.: НАУ. – 2001. – 204 с.

9. Загородній А.Г., Мазній В.П. та ін. *Основи підприємництва, фінансового менеджменту та маркетингу.* – Львівський бізнес Інкубатор при Державному університеті “Львівська політехніка”. – 1995. – 136 с.

10. Кремень В.Г. *Освіта у XXI столітті // Шлях освіти.* – 2003. – №2. – С. 2 – 4.

11. Ковальчук В.М. *основи ринкової економіки. Підручник для середніх шкіл та професійних училищ. /Ковальчук В.М.* – Тернопіль. 1992. – 190 с.

12. Левківський К.М., Логвін З.І., Губерська Н.Л. *Збірник нормативних актів щодо Болонського процесу. /Уклад.: Левківський К.М., Логвін З.І., Губерська Н.Л.* – К.: ПТЗО, 2008. – 120 с.

13. Михасюк І.Р., Бернацький І.М. *Українське підприємництво в умовах глобалізації. /І. Михасюк, І. Бернацький.* – Львів. Видав. центр ЛНУ імені Івана Франка. – 2008. – 56 с.

14. Маниліч М.І., Губатюк І.В. *Основи ринкового механізму господарювання. Навчальний посібник /М. Маниліч, І. Губатюк.* – К.: – 1992. – 174 с.

15. Мадзігон В.М. *Продуктивна педагогіка. Монографія.* – К.: Вересень. – 2004. – 324 с.

16. Мочерний С.В., Каніщенко, Л.О. Устенко. *Короткий курс економічної теорії. Навчальний посібник. /Тернопіль “Економічна думка”.* – 2000. – 324 с.

17. Мочерний С.В. *Основи економічної теорії.* – К.: Академія. – 1997. – 464 с.

18. Плоткін Я.Д., Дубодєлова А.В. *Підприємство про підприємництво. Зарубіжний досвід. /Плоткін Я.Д., Дубодєлова А.В.* – Львів, “Вільна Україна”, – 1993. – 142 с.

19. Петрович Й.М., Захарчин Г.М., Терєбух А.А. *Організація підприємництва в Україні. Навчальний посібник /Петрович Й.М., Захарчин Г.М., Терєбух А.А.* – Львів. Оксарт, – 2000. – 320 с.

Стаття надійшла до редакції 25.05.2010