

ся на тлі стрімкого скорочення ними робочих місць. Про це свідчить той факт, що з початку 1990-х рр. сукупна зайнятість у десяти найбільших світових монополіях скоротилась із 2,5 до 1,9 млн осіб [3]. Водночас діяльність сучасних ТНК спричиняє стрімке майнове розшарування між населенням розвинутих держав і країн третього світу, а також багатими й бідними верствами населення всередині держав.

Економічна глобалізація є об'єктивним процесом, який має суперечливий і неоднозначний характер. Суперечливість глобального економічного розвитку зумовлена в першу чергу зіткненням інтересів суб'єктів глобальної економічної системи, зокрема транснаціональних корпорацій, вплив яких постійно зростає. Слід особливо підкреслити, що дії ТНК з реалізації власних економічних інтересів часто обмежують можливості решти суб'єктів (держав, міжнародних організацій, регіональних інтеграційних угруповань та ін.) щодо впливу на умови функціонування глобальної економічної системи. Отже, дії міжнародних корпорацій спричиняють проти-

дію інших суб'єктів світової економіки, що є джерелом суперечностей глобалізаційного процесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бюллетень иностранной коммерческой информации. – 2007. – № 149–150. – С. 8.
2. Паньков В. С. Глобализация экономики: некоторые дискуссионные вопросы / Мировая экономика и сфера сервиса : сб. науч. трудов и выступлений / В. С. Паньков ; под ред. С. А. Карпова. – М. : МГУ Сервис, 2008. – С. 383–391.
3. Столярчук Я. М. Глобальні асиметрії економічного розвитку : монографія / Я. М. Столярчук. – К. : КНЕУ, 2009. – 302 с.
4. OECD Factbook 2008: Economic, Environmental and Social Statistics. Science and Technology. Research and Development (R&D). – OECD 2008. – P. 169.
5. World Investment Report 2008: Transnational Corporations and Infrastructure Challenge. – United Nations. – New York, Geneva, 2008. – P. 10.

УДК 94:338.22(477)«18/19»

ПІДХОДИ ДО ФУНКЦІОНАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

І. В. Лантух, кандидат економічних наук

Відомо, що невід'ємним атрибутом ринкового суспільства є підприємництво. Саме воно є важливим елементом розвитку економіки, механізмом його «неспокою». Будучи соціальним феноменом, підприємництво віддзеркалює не тільки базисні засади суспільства, але й історичні особливості його розвитку, соціокультурні особливості, форми легалізації, що створюють основу для виділення в суспільстві певного типу особистості підприємця. Підприємець – є головний актор ринкових відносин, який акумулює в собі якості зовсім нової моделі людини. Все це актуалізує проблему

формування ринкової економіки в Україні, враховуючи загально людський досвід і специфіку національних українських теренів.

Класичні та сучасні теорії підприємництва не відпрацювали єдиного погляду на його природу, сутність, зміст, функції. Причина цього криється в тому, що воно виявляється у різноманітних формах – категорія, явище, форма організації, метод господарювання, елемент ринкової економіки.

Основним надбанням у визначенні підприємництва є праці західноєвропейських класиків Контільона, А. Тюрго [1], Ф. Кене [2],

А. Сміта, Ж.-Б. Сейя, які свого часу ввели у обіг широкий набір понять про підприємництво та підприємницькі функції, що сьогодні досить продуктивно використовується сучасними дослідниками. Але, по суті, основне значення поняття «підприємництво» розглядається у діапазоні від «праздного класу», що ввів Т. Веблен [3], який він розумів лише як найбільш великих фінансових магнатів, до «основного феномена економічного розвитку», за І. Шумпетером [4], що є його головною рушійною силою. А загалом слід відзначити, що дослідницька зацікавленість підприємництвом на сучасному рівні зумовлена працями І. Шумпетера та Ф. фон Хайєка. Особлива увага дослідників ХХ–ХХІ ст. приділяється особистісним і соціальним характеристикам підприємництва [5].

Вітчизняні дослідники цього феномена відрізняються своєю спрямованістю. Вони активно досліджують різноманітні аспекти підприємницької діяльності, а також особистісні особливості підприємців. Тут можна виділити роботи загального плану, що досліджують історичні підвалини підприємництва [6]; дослідження, які акцентують увагу на нормативній моделі підприємництва [7]; особливості підприємницького етосу в Україні [8]; державному регулюванні підприємницької діяльності [9]. Особливо значний внесок у дослідження даної проблеми зробив В. Є. Пилипенко, який дослідив широкомасштабні проблеми підприємницької діяльності, а саме: економічні, соціокультурні, соціально-психологічні [10, 11, 12]. Не оминають вітчизняні дослідники і соціально-психологічних проблем підприємництва та їх поведінки [13, 14, 15].

Значну допомогу у висвітленні проблем підприємництва мають також роботи російських дослідників, таких як В. Верховіної, І. Задорожнюка, А. Безгодава, В. Смолькова, Т. Заславської, С. Логінова, Е. Глущенко, Е. Фетисова, М. Єрмошенка, В. Радаєва, Ю. Попова та ін.

Цілі статті – здійснити функціональний аналіз підприємництва у межах концепції інституціонального розвитку як особливого типу економічної поведінки з певними ціннісними орієнтирами, специфічною мотивацією

та соціальною роллю. При цьому довести доцільність використання в українських умовах ціннісно-раціональної моделі поведінки, а не цілераціональної моделі, що притаманна класичному ринковому господарству західного типу.

Один із знаменитих німецьких економістів нашого часу Герберт Гірш дуже влучно висловився, що економісту як детективу, який повинен розкрити злочин, з самого початку повинно здаватись підозрілим усе, що може бути хоч якимось чином причетним до справи. Керуючись цим, звернемося до визначення сутнісних характеристик підприємництва. Проаналізувавши різні підходи до розуміння поняття «підприємництво», як у західній літературі, так і у вітчизняній, можна виділити такі його риси: володіння капіталом, з'єднання і комбінування факторів виробництва, орієнтація на вилучення прибутку та капіталізацію доходів, використання ринкових та інших можливостей, самостійність, готовність іти на ризик, ініціативність і творчість, самореалізація, здатність долати опір соціального середовища, особливий підхід до управління виробництвом. Зважаючи на це, можна дати таке визначення поняття «підприємництво» – це цілеспрямована, систематична, відповідальна інноваційна діяльність з управління капіталом, направлена на вилучення прибутку, пов'язана з ризиком, невизначеністю, творчим самовдосконаленням, особистісною самореалізацією, що здійснюється у взаємодії з економічними, політичними, соціальними, культурними інститутами в межах загальноприйнятих у конкретній культурно-історичній ситуації норм ведення бізнесу.

Більш повно зрозуміти сутнісні характеристики підприємництва неможливо без його функціонального аналізу. В науковій літературі зустрічаються різні підходи до визначення функцій підприємництва. З огляду на те, що підприємництво не можна віднести до звичайної трудової діяльності, бо воно характеризує творчу й активну діяльність бізнесменів, і утворює комплекс особливих функцій, що реалізуються в економіці, направлених на забезпечення розвитку й удосконалення господарського механізму, постійне оновлення еко-

номіки господарюючих суб'єктів, утворення інноваційного поля діяльності.

Якщо ми звернемося до економічної літератури, то в ній виділено три головні функції сфери підприємницької діяльності – ресурсна, організаційна та творча. Ресурсна функція включає формування та продуктивне використання капіталу, матеріальних і інформаційних ресурсів. Ця функція суто виробнича. Організаційна функція спрямована на організацію маркетингу, виробництва, збуту, реклами. Її головна ціль – це управління. А ось творча функція – це новаторські ідеї, генерація та активне використання ініціативи, вміння ризикувати. Це більш соціальна, а точніше соціокультурна діяльність.

Актором підприємницької діяльності є підприємець. У науковій літературі все більше уваги приділяють саме йому. І це логічно, бо «практично у всіх визначеннях підприємця та підприємництва мова йде про таку поведінку, яка включає в себе, по-перше, елемент ініціативи; по-друге, організацію або реорганізацію соціально-економічних механізмів, з тим, щоб зуміти з вигодою використати існуючі ресурси і конкурентну ситуацію; і, по-третє, взяття на себе відповідальності за можливу невдачу, тобто готовність ризикувати» [5, с. 24]. З позиції економіста, підприємець – це той, хто з'єднує засоби, працю, матеріали тощо. Це дає змогу зростати їх сукупній вартості. Але при цьому він вносить зміни, здійснює інновації, модернізує заведений порядок.

Підприємництво розвивається в унісон із багатством. Це динамічний процес. Багатство створюється тими, хто більш за всіх ризикує своїми грошима, майном, кар'єрою, хто не жалкує часу на створення власної справи, хто пропонує покупцям новий товар або послугу. Цей товар або послуга не обов'язково повинні бути абсолютно новими, головне, щоб підприємець зумів надати їм нову якість, збільшити їх цінність. Тому, розглядаючи підприємця під цим поглядом, слід зазначити, що цей феномен включає такі поняття як новизна, організаторський талант, творчий початок, примноження багатства та готовність ризикувати.

Підприємництво – це процес створення чогось нового, цінного, що забирає час і сили,

що передбачає прийняття на себе фінансової, моральної та соціальної відповідальності, що приносить у результаті грошові надходження і особистісне задоволення досягнутим [5, с. 26]. Ще Й. Шумпетер визначив різницю між винаходами (відкриттями, створенням нових благ, нових процесів і нових методів) та інноваціями (нововведеннями) як комерційним упровадженням винаходів на підприємствах. Якщо процес винаходів є безперервним, то інновації поширюються циклічно. Причина полягає в тому, що люди за своєю природою консервативні, допоки вони не перевірять, не випробують труднощі у прийнятті нових методів. Але деякі сміливі «підприємці-піонери» готові апробувати нові винаходи. Нагородою їм служать високі «піонерські прибутки». Залучені високими прибутками, за ними йдуть інші підприємці – підприємці-«імітатори». Починається ріст інвестиційної активності, який через мультиплікатор призводить до збуту [4].

Слід також зазначити, що підприємництво повинно завжди супроводжуватись науково-технічною, організаційною та комерційною творчістю, а також новими підходами до вирішення господарських завдань, бо воно зумовлює постійний пошук нових можливостей, ресурсів, особистісну відповідальність за свою діяльність. Усе це породжує суспільну потребу у підприємливості, як якості, яка є чи не провідною якістю ринкового суспільства. Вправність, передовий погляд на ситуацію, превентивні кроки, спритність – це чи не найважливіші складові ділового успіху. А недооцінка цих якостей, ігнорування їх може призвести до великих, непередбачених втрат.

Підприємництво та підприємливість – це тандемні явища, які доповнюють один одного. Якщо брати до уваги те, що підприємливість – це самовільне виконання дій, то конкретизація розуміння підприємливості як здатності до самостійних активних дій буде розкривати її суть через нові форми діяльності, які направлені на ряд якісних перетворень застарілих методів організації праці, виробництва, управління і таке інше, котрі гальмують ефективний розвиток підприємства. Таким чином, підприємливість – це складне явище, яке являє собою набір соціальних дій суб'єкта, що характери-

зуються самостійністю, активністю, новизною і направлені на реалізацію суспільно значимих цілей, що стоять перед підприємством, всією виробничою сферою та її інфраструктурою.

Отже, розглядаючи підприємливість, ми можемо констатувати, що, по-перше, вона асоціюється із конструктивністю, неординарністю, здатністю до творчих дій; по-друге, їй притаманні сміливість починань, готовність взяти відповідальність за нестандартні рішення, «ноу-хау» в усіх багатоманітних проявах; по-третє, вона включає в себе винахідливість, вміння вчасно внести оригінальні пропозиції; по-четверте, вона проявляється у виборі нового напрямку розвитку, який не має директивного характеру, що виходить за межі нормативності; по-п'яте, вона пов'язана із порушенням звичного порядку, з пошуком нового рішення для виконання завдань або з подоланням труднощів; по-шосте, якщо виконавець діє на підставі зазначеного або вже усталеного способу дій, то це є проявом дисциплінованості, а якщо дії являють собою модифікацію даної вказівки або вибір іншого шляху для досягнення потрібної суспільно значущої цілі, то це вже підприємливість.

Підприємливість, як соціальне явище, несе на собі поліфункціональне навантаження. Перш за все вона є дієвим засобом для соціалізації особистості, а також розвитком її соціально значущих якостей. Саме підприємливість дає особистості впевненість у своїй силі, здібності, формує у неї особисте кредо: «Якщо не «Я», то хто?». Це також умова стабільного функціонування і розвитку суспільства, спосіб упровадження в суспільне життя прогресивних соціальних технологій, самоорганізація соціальної активності.

Підприємливість у ринкових умовах економічного розвитку відіграє пріоритетну роль, бо процес розвитку ринкового механізму обов'язково включає в себе пошук, упровадження, розвиток самостійності, різних форм ринкової підприємливості, ініціативи тощо. Це не є самоціллю, оскільки підприємливість повинна сприяти укріпленню та розширенню адекватного сучасній ситуації ринкового механізму. А це в умовах економічної реформи набуває гостроти значимості, бо практика

свідчить, що деякі ринкові питання без підприємливості, без включення її до структури ринкового механізму вирішити складно, а іноді просто неможливо. Тому можна прийти до висновку, що підприємливість є своєрідним апробаційним полем для нових організаційних форм ринкового господарства та управління. Саме підприємливість є тим лакмусовим папірцем, що свідчить про життєздатність, або нежиттєздатність форм ринкового механізму. І ті форми, які довели свою прогресивність, сучасність, життєздатність інтегруються ринковим механізмом, який набирає обертів для реалізації поставлених цілей усім суспільством.

Проте підприємливість має і зворотний бік. Саме їй притаманні і такі якості, як стихійність виникнення, невизначеність результатів, можливість реалізації через випадковий збіг здібностей, інтересів, знань і суспільних потреб. Усе це обтяжує підприємливість унеможливує стовідсоткове передбачення точності її кінцевого результату. Це призводить до того, що процес вироблення, підготовки та реалізації підприємливості завжди пов'язаний із ризиком. Це зумовлюється тим, що підприємливість неможлива без самостійності, без самодіяльності.

Підприємницький ризик – це ризик, що виникає при будь-яких видах підприємницької діяльності, пов'язаних із виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими й фінансовими операціями; комерцією, а також здійсненням науково-технічних проектів. Тому в ринкових умовах розумна самодіяльність і пов'язаний із нею обумовлений ризик усе частіше оцінюються як корисне починання, як необхідний і обов'язковий елемент соціально-економічного життя, яке ґрунтується на ринкових засадах [16, с. 21].

Проте в ринкових умовах існує потенційна загроза підприємливості. Вона, на нашу думку, пов'язана з теорією Й. Шумпетера, який зазначав, що на місце підприємця-власника, підприємця-піонера, першопрохідця, що йде по дорозі прогресу, приходять підприємця-найманий службовець (менеджер). Технічний прогрес стає все більше «заорганізованим», безособистісним, менш динамічним. Власник

також перестає бути джерелом мотивації, розпилюючись по акціях і паях, а власник акцій уже не буде мати те прагнення до боротьби і взяття відповідальності на себе, яке було у його наступників у ХІХ ст. Таким чином, Й. Шумпетер дотримувався думки, що еволюція систем управління та дроблення капіталу послаблюють стимул до підприємництва, а це екстраполюється і на підприємливість.

Для подальшого розвитку підприємливості як однієї із функцій підприємництва важлива зважена політика держави, яка б була направлена на підтримку пріоритетних галузей малого, середнього та великого бізнесу на підставі програм соціально-економічного розвитку регіонів, що враховує їх потенціал і специфіку. Це дасть змогу підприємливості цивілізовано розвиватись, захистивши підприємців від кримінальних структур, від свавілля чиновників тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Тюрго А. Избранные экономические произведения / А. Тюрго. – М., 1961. – 190 с.
2. Кенэ Ф. Избранные экономические произведения / Ф. Кенэ. – М., 1961. – 190 с.
3. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 363 с.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 454 с.
5. Хизрич Р. Предпринимательство, или как вести собственное дело и добиться успеха. Вып. 2: Создание и развитие нового предприятия : [пер. с англ.] / Р. Хизрич, М. Питерс ; под ред. В. С. Загашвили. – М. : Прогресс, 1992. – 320 с.
6. Арсеенко А. Г. Предприниматели в прошлом и сегодня: кто они? / А. Г. Арсеенко. – К., 1993. – 344 с.
7. Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. – К., 1995. – 185 с.
8. Дворцова Е. Б. Формирование концепции предпринимательского отоса / Е. Б. Дворцова // Харьковские социологические чтения-95. – Х., 1995. – С. 83–86.
9. Бабич Д. В. Государственное регулирование предпринимательской деятельности / Д. В. Бабич. – Х. : Основа, 1996. – 347 с.
10. Пилипенко В. Є. Підприємництво в Україні: суб'єкти, цінності, економічна просвіта населення / В. Є. Пилипенко. – К, 1995. – 182 с.
11. Пилипенко В. Є. Соціологія підприємництва / В. Є. Пилипенко. – К., 1997. – 166 с.
12. Пилипенко В. Є. Реформи. Підприємництво. Культура / В. Є. Пилипенко. – К. : Стило, 2001. – 151 с.
13. Пачковський Ю. Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки / Ю. Ф. Пачковський. – Л. : Світ, 2000. – 251 с.
14. Психологія підприємництва / Ю. Ф. Пачковський. – Л. : Афіша, 2001. – С. 137–138.
15. Емельянов Е. Н. Психология бизнеса / Е. Н. Емельянов, С. Е. Поварницына. – М. : Армада, 1998. – С. 110–111.
16. Лапушта Н. Г. Риски в предпринимательской деятельности / Н. Г. Лапушта, Л. Г. Шаршуква. – М. : ИНФРА, 1998. – 223 с.

УДК 323.326:332.025.12

КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ ДОНЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

І. А. Брижань, кандидат економічних наук

Сучасні умови розвитку економіки характеризуються прискоренням глобалізації та загостренням конкурентної боротьби не тільки між компаніями та країнами, але і між регіо-

нами, що конкурують між собою за інвестиції, кадровий і інтелектуальний потенціал та інші ресурси. В такій ситуації слід застосовувати нові інструменти підтримки та підви-