

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЕКОНОМІЧНА ДЕФІНІЦІЯ

І. В. ЛАНТУХ, кандидат економічних наук
(Харківський національний автомобільно-дорожній університет)

Анотація. У статті досліджується феномен підприємництва, який за своєю економічною природою 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 представляється як економічна категорія, 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.

Ключові слова: підприємництво, підприємець, підприємницька діяльність, суб'єкт підприємництва, об'єкт підприємництва.

Класичні та сучасні теорії підприємництва ще не відпрацювали спільного 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 відповідає практиці сьогодення, яка зумовлена 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, пізніше їх розвинули А. Маршалл, М. Вебер, В. Зомбарт, Й. Шумпетер, Ф. Хайек, П. Друкер, Л. Мізес та ін.

Українські науковці зацікавилися проблемою підприємництва 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 в повній мірі.

Сьогодні цю проблему активно продукують дослідники В. Бобров, В. Мусіяка, Д. Бабиц, С. Слобожанцев та ін. Проте підприємництво як економічна дефініція ще цілісно концептуально осмислена.

З огляду на це необхідно виконати такі завдання, а саме: 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 у XVIII ст. і часто асоціювалося з

поняттям «власник». Біля його витоків стояв англійський економіст Р. Кантільон, який вперше 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 відмітна 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 тощо [2].

Аналогічного погляду на функцію підприємця в ринковій економіці дотримувався і великий французький економіст кінця XVIII – початку 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 виокремлює прагнення до процвітання і росту своєї справи, а другорядною – зростання прибутку, оскільки без нього неможливе процвітання [4, с. 56].

Й. Шумпетер називає підприємцем людину, яка береться за здійснення нових комбінацій факторів виробництва і забезпечує економічний розвиток. При цьому Й. Шумпетер вважав, що підприємець не обов'язково є власником виробництва, індивідуальним капіталістом, ним може бути і управляючий банку або акціонерного товариства [5, с. 290].

Власне кажучи, поєднання 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. Зазвичай, його власність поширюється на статутний фонд, який може являти собою відносно невелику величину.

Найбільш очевидно відокремлення 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, із 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].

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

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

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

- а) як економічну категорію;
- б) як метод господарювання;
- в) як тип економічного мислення.

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

Суб'єктами підприємництва можуть перш за все бути 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 також здійснювати група осіб, пов'язаних між собою договірними стосунками й економічним інтересом. Суб'єктами колективного підприємництва є акціонерні товариства, орендні колективи, кооперативи тощо. В окремих випадках до суб'єктів підприємництва зараховують і державу, тобто її відповідні органи [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 «завдання 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, на-

явність у них певної сукупності свобод і прав – з вибору виду підприємницької діяльності, з формування виробничої програми, з вибору джерел фінансування, доступу до ресурсів, щодо збуту продукції, встановлення на неї цін, розпорядження прибутком і тощо. Самостійність підприємця слід розуміти так: над ним немає керівного органу, який вказує, що виробляти, скільки витратити, кому і за якою ціною продавати тощо. Але підприємець увесь час залежить від ринку, від динаміки попиту та 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 із невизначеністю, непередбачуваністю. Навіть ретельний 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 рамки суто економічних завдань, вони беруть участь у розв'язанні 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 і матеріали, використані у виробничому процесі, за землю, за працю найманих робітників і за залучений капітал він платить по поточним розцінкам. Він вкладає у 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 з його провини, а спричинені небажаними обставинами, які раптово виникли. Але якщо обставини поміняються у кращій бік, то йому дістанеться і увесь пов'язаний з цим виграш. Особистий прибуток підприємця визначається як різниця між прибутками та витратами його підприємства» [8, с. 22].

Підприємництво, на думку Й. Шумпетера, це не рід занять, а склад розуму і властивість природи. Бути підприємцем – значить, робити не те, що роблять інші. «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 не залежно 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, дуже обмежений і вибірковий, він спрямований на досить вузьке коло явищ, які підприємець вивчає досконало. Обмеженість кругозору не дозволяє підприємцеві порівнювати багато різних варіантів досягнення своєї мети і довго вагатися [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 організації виробництва в умовах відродження ринкового, конкурентного господарства, де індивідуальні схильності, навичка, кмітливість відіграють важливу роль [9, с. 116].

Підприємницьку здатність можна визначити як один із економічних ресурсів, що впливає на характер і темпи економічного розвитку. До складу цього ресурсу слід насамперед зараховувати підприємців, у першу чергу власників компаній, менеджерів, 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 зараховувати 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 й 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 взаємодіють 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. Досвід багатьох країн із ринковою економікою показує, що їх економічні досягнення, в тому числі й 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 регламентування, дозволив США і ряду інших західних країн дуже ефективно подолати багато економічних труднощів 80–90-х рр. ХХ ст. [11, с. 73].

Зауважимо, 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 є передусім самі підприємці, їх кваліфікація та рівень освіти, здатність брати на себе відповідальність та 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 «кузницею» підприємницьких кадрів. У США, наприклад, 40 % ВВП створюється на підприємствах малого та середнього бізнесу. Держава надає підприємству широку підтримку. У країні, поряд із федеральним органом – Адміністрацією малого бізнесу, який підтримує підприємство при органах виконавчої влади на місцях, діють 19 тис. регіональних комісій із 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 приватнодержавних установ, що здійснюють багатопланову підтримку 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 виокремити, 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 монополну ринкову владу [8, с. 41]. В економічній теорії підприємницький дохід ділять на дві частини: нормальний і економічний прибуток. Нормальний прибуток – це гарантований дохід підприємця, його заробітна платня; економічний – платня за ризик, інновації, монополну владу [12, с. 247]. Зрозуміло, що величина підприємницького доходу передусім коливається за рахунок другої складової, тобто економічного прибутку.

Підприємство є особливим новаторським стилем господарської поведінки, в основі якого лежить творчий пошук нових можли-

востей господарювання, вміння залучати й використовувати в умовах конкуренції ресурси з найрізноманітніших джерел. Підприємство означає персональну економічну відповідальність за результати роботи. Підприємство – це здійснення творчої економічної діяльності, освоєння нових ринків, нових товарів і послуг, нових фінансових і матеріальних ресурсів, організаційних нововведень. Як соціально-економічне явище, підприємство включає в себе весь спектр суспільних відносин. Тут представлені і юридичні, і психологічні, й історичні аспекти, однак підприємницька діяльність тісно пов'язана в першу чергу з економічними умовами життєдіяльності. В економічному відношенні підприємство містить у собі різні сторони господарської діяльності. Його можна розглядати з трьох поглядів: як економічне відношення, як метод господарювання і як тип економічного мислення, що дає цілісне уявлення про такий складний феномен як підприємство.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шейнин Э. Я. Предпринимательство и бизнес / Э. Я. Шейнин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. – 352 с.

Sheynin E. Ya. Predprinimatelstvo i biznes / E. Ya. Sheynin. – Rostov-na-Donu : Feniks. 2002. – 352 s.
2. Паловкин П. Проблемы определения экономической сущности и содержания предпринимательства [Электронный ресурс] / П. Паловкин, В. Савченко. – Режим доступа: <http://msd.com.ua/psixologiva/predDrinimatelstvo/>. – Назва з екрана. – Доступ: 20.11.2011 г.

Palovkin P. Problemy opredeleniya ekonomicheskoy sushchnosti i soderzhaniya predprinimatelstva [Elektronniy resurs] / P. Palovkin, V. Savchenko. – Rezhim dostupu: <http://msd.com.ua/psixologiva/predDrinimatelstvo/>. – Nazva z ekrana. – Dostup: 20.11.2011 g.

3. Бусыгин А. Предпринимательство: Основной курс / А. Бусыгин. – Москва : Инфра-М, 1997. – 608 с.
- Busygin A. Predprinimatelstvo: Osnovnoy kurs / A. Busygin. – Moskva : Infra-M, 1997. – 608 s.
4. Лапуста М. Г. Предпринимательство : учеб. пособие / М. Г. Лапуста. – Москва : Инфра-М, 2002. – 223 с.
- Lapusta M. G. Predprinimatelstvo : ucheb. posobiye / M. G. Lapusta. – Moskva : Infra-M, 2002. – 223 s.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – Москва : Прогресс, 1982. – 455 с.
- Shumpeter Y. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya / Y. Shumpeter. – Moskva : Progress, 1982. – 455 s.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – Москва : Прогресс, 1990. – 736 с.
- Kotler F. Osnovy marketinga / F. Kotler. – Moskva : Progress, 1990. – 736 s.
- Основы успешного предпринимательства / М. Ритсо и др. – Ленинград : СП Майнор-Эндо : МГП Учебный центр – Антарес, 1991. – 172 с.
- Osnovy uspeshnogo predprinimatelstva / M. Ritso i dr. – Leningrad : SP Maynor-Endo : MGP Uchebnyy tsentr-Antares, 1991. – 172 s.
7. Хизрич Р. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха: советы начинающему предпринимателю / Р. Хизрич, М. Питерс. – Москва : Прогресс, 1992. – 191 с.
- Khizrich R. Predprinimatelstvo ili kak zavesti sobstvennoye delo i dobitysia uspekha: sovery nachinayushchemu predprinimatel'yu / R. Khizrich, M. Piters. – Moskva : Progress, 1992. – 191 s.
8. Воробьев Е. М. Рынок, предпринимательство, управление : учеб. пособие / Е. М. Воробьев. – Харьков : Изд-во ХГИ, 1998. – 150 с.
- Vorobyev E. M. Rynok, predprinimatelstvo, upravleniye : ucheb. posobiye / E. M. Vorobyev. – Xarkov : Izd-vo KhGI, 1998. – 150 s.
9. Маршалл А. Принципы политической экономии / А. Маршалл. – Москва : Прогресс, 1984. – Т. 3. – 351 с.
- Marshall A. Printsipy politicheskoy ekonomii / A. Marshall. – Moskva : Progress, 1984. – T. 3. – 351 s.
10. Агеев А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры / А. И. Агеев. – Москва : Наука, 1991. – 107 с.
- Ageyev A. I. Predprinimatelstvo: problemy sobstvennosti i kultury / A. I. Ageyev. – Moskva : Nauka, 1991. – 107 s.
11. Грузинов В. П. Экономика предприятия : учеб. для вузов / В. П. Грузинов. – Москва : Юрист, 1998. – 534 с.
- Gruzinov V. P. Ekonomika predpriyatiya : ucheb. dlya vuzov / V. P. Gruzinov. – Moskva : Yurist, 1998. – 534 s.

И. В. Лантух, кандидат экономических наук (Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет). **Предпринимательство как экономическая дефиниция.**

Аннотация. В статье исследуется феномен предпринимательства, который по своей экономической природе представляет собой диалектическое единство двух сторон, а именно: общеэкономического содержания и специфической социальной формы. Общеэкономическое содержание предпринимательства заключается в том, что в нем заложены разные стороны хозяйственной деятельности. В этом случае предпринимательство представляется

как экономическая категория, как метод хозяйствования, как тип экономического мышления. Что касается специфической социальной формы предпринимательства, то оно прямо или опосредованно решает вопросы, связанные с проблемой существования человека, воспроизведения материальных и духовных условий ее существования, а также системы общественного отношения.

Ключевые слова: предпринимательство, предприниматель, предпринимательская деятельность, субъект предпринимательства, объект предпринимательства.

I. Lantukh, Cand. Econ. Sci. (Kharkiv National Automobile and Highway University). **Entrepreneurship as an economic definition.**

Summary. The article examines the phenomenon of entrepreneurship, which in its economic nature represents the dialectical unity of the two parties, namely the overall meaning and specific social forms. General Economic meaning of entrepreneurship lies in the fact that it incorporated various aspects of business. In this case, the business is presented as an economic category as a method of management as a type of economic thinking. As a specific form of social entrepreneurship, it is directly or indirectly the process of dealing with the problem of human existence, reproduction material and spiritual conditions of its existence, and the system of social relations.

Keywords: business, entrepreneur, entrepreneurship, business entity, business object.