

## СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА ПІДПРИЄМНИЦТВА SOCIO-ECONOMIC COMPONENT OF ENTREPRENEURSHIP

*У статті розглянуто сутність підприємництва. Представлені історичні погляди видатних вчених-економістів, а також сучасні дослідження в цій сфері. Визначено соціально-економічну складову підприємництва через різні шляхи її реалізації. Зазначено соціальний ефект, який несе підприємництво для суспільства. Розглянуто соціальну відповідальність підприємництва в межах предмету дослідження статті.*

**Ключові слова:** підприємництво, підприємець, прибуток, соціально-економічний, інновація, соціальні потреби, соціальна відповідальність бізнесу.

*В статье рассмотрены сущность предпринимательства. Представлены исторические взгляды выдающихся ученых-экономистов, а также современные исследования в этой сфере. Определена социально-экономическая составляющая предпринимательства через различные пути ее реализации.*

*Указан социальный эффект, который несет предпринимательство для общества. Рассмотрена социальная ответственность предпринимательства в пределах предмета исследования статьи.*

**Ключевые слова:** предпринимательство, предприниматель, прибыль, социально-экономический, инновация, социальные нужды, социальная ответственность бизнеса.

*In the article the essence of entrepreneurship is researched. Presented historical views of prominent scientists and economists, as well as current research in this area. Determined socio-economic component of business through various ways of its implementation. Indicated social impact, which entrepreneurship has on society. Considered social responsibility of business within the subject of research articles.*

**Key words:** entrepreneurship, entrepreneur, income, socio-economic, innovation, social needs, social responsibility of business.

УДК 330:658

**Деліні М.М.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри управління,  
інформаційно-аналітичної діяльності  
та євроінтеграції  
Національний педагогічний університет  
імені М.П. Драгоманова

**Постановка проблеми.** Сучасний розвиток України та світової економіки зокрема вимагає нових підходів до ведення бізнесу, поглядів на підприємництво. Соціальна відповідальність при цьому є одним з інструментів підвищення ефективності діяльності підприємства та покращення соціального стану працівників, населення та суспільства. У розвинених економіках майже вся діяльність спрямована на розвиток людини чи суспільства взагалі тим чи іншим чином, що може виявлятися як в соціально-відповідальному веденні бізнесу, так і конкретних діях, спрямованих на поліпшення добробуту як окремої людини, так і населення взагалі, що було розглянуто в інших наукових дослідженнях автора. Але слід зауважити, що соціальна відповідальність, це не те, що є останнім надбанням підприємництва, яке в своїй основі само несе соціальну складову, що може бути охарактеризована, як соціально-економічна.

Економічна її сутність виявляється у спрямованості на отримання прибутку, а соціальна – в розвитку добробуту людей як прямим, так і опосередкованим чином. Саме дослідженню соціально-економічної складової підприємництва й буде присвячена дана стаття.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню сутності підприємництва та його соціально-економічної складової приділено увагу з боку вчених різних сфер, як економістів, так і соціології та філософії, які вивчали це поняття з різних боків. А саме: Р. Кантільйон, А. Сміт, Ж.Б. Сей, М. Вебер, І. Шумпетер, Дж.М. Кейнс, О.Я. Геліх, В.В. Томілов, А.А. Крупанін, Т.Д. Хакунов, Є.А. Кісельов, Г.Л. Багійев, А.Н. Асаул, О.Б. Коротич, Ю.Л. Орел, О.В. Рябічко, М.А. Тітовец, А.В. Дакус, Н.О. Сімченко, В.В. Гребенник, С.В. Шкодинський та інші.

**Постановка завдання.** Метою наукової статті є дослідження та розвиток соціально-економічної складової підприємництва.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Для дослідження соціально-економічної компоненти підприємництва спочатку розглянемо саму категорію. Розкриваючи її сутність, дослідимо й соціально-економічний аспект підприємництва. Так історично перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємництва почалися у XVII ст., хоча співтовариства підприємців, які склалися з ремісників, купців, лихварів, з'явилися значно раніше. Вперше поняття «підприємець» у науковий обіг ввів англійський економіст Річард Кантільйон, який зробив також систематичний аналіз підприємництва. Вагомий внесок у дослідження феномену підприємництва протягом XVIII-XIX ст. зробили відомі західні економісти А. Сміт, Ж.Б. Сей, А. Маршалл, Й. Шумпетер та ін. [1, с. 9-10].

Р. Кантільйон розглядав підприємництво через ризик. Так згідно його твердження, підприємець це людина, яка бере на себе ризик, який пов'язаний з організацією нового підприємства чи з розробкою нової ідеї, нової продукції чи нового виду послуг, які пропонуються суспільству [2, с. 222]. Отже, він бачив підприємництво як діяльність по виробництву в тому чи іншому вигляді. Слід зауважити, що він та інші представники економічної теорії тих часів більше виділяли саме економічний аспект підприємництва, хоча й соціальний простежується в тому, що продукція чи послуга пропонується суспільству, тобто зроблена для людей.

Інший видатний вчений-економіст А. Сміт характеризує підприємця і його роль в економіці як реалізатора ризикованих комерційних ідей (тут

ми бачимо також фактор ризику). За Смітом підприємець сам вносить капітал, планує, організовує виробництво і розпоряджається результатами своєї праці. Його прибуток – це компенсація власника за ризик [3]. Тобто, він у своїй праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» розглядає підприємця як власника, який ризикує своїм капіталом заради прибутку, який покриває витрати, витрачені на ресурси для виготовлення продукту обміну, а також виплати заробітної плати найнятим працівникам [4, с. 281]. У нього вже йде мова про заробітну плату, що виконує не тільки економічну, але й соціальну функцію, забезпечуючи їх добробут.

Ж. Б. Сей бачив підприємництво як раціональну комбінацію факторів виробництва в даній точці ринкового простору. Підприємець для нього – особа, що організує людей в рамках виробничої одиниці. Підприємець стоїть у центрі процесу виробництва і розподілу, а в основі підприємницької діяльності лежить здатність організувати виробництво і збут продукції [5].

Його бачення підприємництва не сильно відрізняється від поглядів двох попередніх вчених, що пояснюється часом наукових досліджень та ступенем розвитку економічної, політичної та суспільної думки. У той час більше уваги приділялося саме тому, як заробити гроші, ніж соціальному, що отримало свій розвиток пізніше. Хоча й звичайна організація виробництва (товарів, послуг, інновацій) також має соціальну складову – коли ми організовуємо будь-яке підприємництво, ми:

1. Наймаємо працівників, таким чином забезпечуючи робоче місце, знижуючи соціальну напругу в суспільстві (збільшення зайнятості населення), також платимо заробітну плату, що має соціально-економічний ефект.

2. Сплачуємо податки державі від отриманих прибутків, що має збільшувати добробут суспільства.

3. Прибуток, який є компенсацією ризику підприємця чи власника, також спрямований на збільшення його добробуту.

4. Виробництво товарів та послуг спрямоване на задоволення потреб суспільства, тобто саме того, що необхідно людям. А саме спрямованість на потреби людини чи суспільства взагалі й розкриває соціальну складову будь-якого процесу.

Досліджуючи соціально-економічний аспект підприємництва, доцільним буде звернутись до праць економіста й філософа М. Вебера, який бачив у підприємницькій діяльності втілення раціональності. Під раціональністю він розумів функціональну ефективність, отримання максимальної вигоди від використання вкладених коштів і докладених зусиль і т.п. Вебер М. вважав, що в основі підприємництва лежить раціональна етика протестантизму (що вже є релігійною складовою). Він

доводив, що світогляд, моральність надають найважливіший вплив на діяльність підприємця [3]. Тобто, тут вже ми бачимо не тільки соціальне як похідне, але й соціальне – як першорядне: людина веде свій бізнес в межах свого світогляду та моральності, що впливає великою мірою із соціуму. Звідси береться й соціальна відповідальність бізнесу, тобто, коли людина вважає за потрібне допомагати завдяки своїм прибуткам у вигляді благодійності, спонсорства чи інших інструментів. Хоча, й навпаки, раціоналізм, який лежить в основі цього трактування, може знижувати соціальну складову через її витратність. Тобто, коли підприємець не бачить сенсу в збільшенні соціальної складової (прикладом може бути: благодійність, висока оплата праці тощо), то підприємство більш спрямоване на виконання своєї головної економічної функції – максимізація прибутку.

Сучасне розуміння підприємництва починається із робіт І. Шумпетера, який у своїй книзі «Теорія економічного розвитку» на початку ХХ ст. показує ключову роль підприємця в економічному розвитку суспільства. Він вважає, що функціональною сутністю підприємця є виявлення і використання нової комбінації факторів виробництва, тобто реалізація нововведень. Головним він бачив робити не те, що роблять інші й не так, як роблять інші. І. Шумпетер вважає, що головне в підприємстві – інноваційна діяльність [3]. Інновація також виступає основою конкурентоздатності та розвитку економіки країни. Окрім того вона також несе в собі соціальну компоненту, тому що частіш за все, новітні розробки є більш якісними ніж попередні, а й тому більш сприятливими для людей.

За Й. Шумпетером, типового підприємця характеризує постійне бажання працювати, але не з метою матеріального збагачення і подальшого споживання різних благ, а заради прагнення до успіху. Серед нематеріальних мотивів підприємницької діяльності він виділяв наступні:

- бажання побудувати власне підприємство;
- самореалізація і воля до перемоги;
- креативна складова улюбленої справи

[4, с. 281].

Отже, виходячи з цього ми бачимо, що вже І. Шумпетер більш орієнтується не тільки на економічний аспект діяльності підприємців, але й досягнення ними власних соціальних цілей: будь то успіх, бажання самореалізуватись чи креативна складова, яка й дає можливість підійти з інноваціями до виробництва. У цьому вже підприємство стає більш соціально-економічно орієнтованим. Вірніше воно й було до цього, але вчений розширює соціальну складову підприємництва.

Серед видатних вчених-економістів, які досліджували поняття підприємництва також виділяється засновник кейнсіанської доктрини – Дж.М. Кейнс. Згідно його вчення підприємець – своєрідний

соціально-психологічний тип господарника, для якого головне «... не стільки раціональна калькуляція Вебера або новаторство Шумпетера, скільки набір певних психологічних якостей». Він виділяв наступні основні підприємницькі якості: вміння співвіднести споживання і заощадження, здатність до ризику, дух активності, впевненість у перспективах і ін. Основні мотиви підприємницької діяльності – прагнення до кращого, до незалежності, бажання залишити спадкоємцям статок [5]. Кейнс ще більше розриває соціальну складову підприємництва, а також робить акцент на психологічному аспекті, який безумовно в ньому присутній. Набір якостей та мотивів, які описані ним, є соціально орієтованими. Людина бере ризик на себе, активно досягає своїх цілей, заробляє та накопичує заощадження для майбутніх поколінь. Тобто, цей підхід виділяє також соціально-економічний аспект підприємництва, зазначаючи, що підприємець є не тільки раціональною особою, а й людиною, яка володіє певним набором якостей та спрямована на реалізацію поставлених цілей, не виходячи із звичайного розрахунку, а від реалізації своїх якостей.

Також необхідним є розгляд визначення підприємництва, яке дано в роботі американських вчених Р. Хизрич і М. Пітерса: «Підприємництво – це процес створення чогось нового, що володіє цінністю; процес, який поглинає час і сили, який передбачає прийняття на себе фінансової, моральної та соціальної відповідальності; процес, який приносить саме грошовий дохід та особисте задоволення досягнутим» [6, с. 5-6]. В них вже ми бачимо визначення цієї категорії з урахуванням соціальної компоненти, яка реалізується через соціальну та моральну відповідальність підприємців. Тобто, окрім звичайних похідних підприємництва у вигляді найманої праці, виплати заробітної плати, сплати податків у держбюджет, додається додаткова відповідальність перед суспільством. У цей час вона отримує широкого поширення серед підприємців не тільки розвинених країн, але й нашої країни.

Розглядаючи питання підприємництва не можна не звернутись до його законодавчого визначення. Так в Законі України «Про підприємництво» зазначається, що підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством [7].

У розвиток цієї характеристики в цьому ж Законі(ст. 10) зазначається, що підприємець зобов'язаний не завдавати шкоди навколишньому середовищу, не порушувати прав та інтересів громадян, підприємств, установ, організацій і держави, що охороняються законом [7].

Із законодавчого визначення, соціально-економічна складова виявляється у спрямованості на отримання прибутку, що у свою чергу дає можливість збільшення добробуту підприємця та його працівників, а також сплати податків до державного бюджету, що впливає з обов'язковості юридичного оформлення підприємницької діяльності.

Також, виходячи із Закону, ми бачимо, що підприємець повинен здійснювати свою діяльність, не порушуючи прав людей, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу та ін., що і є прямим соціальним аспектом соціальної відповідальності підприємництва. Отже, в українському законодавстві закріплена соціально-економічна складова підприємницької діяльності.

Також можна зустріти наступне визначення: «господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом. Господарська діяльність може здійснюватись і без мети одержання прибутку (некомерційна господарська діяльність)» [1, с. 10].

З цієї характеристики ми бачимо, що соціальний аспект підприємництва також може реалізовуватись через соціальний результат діяльності, тобто в якості прибутку може виступати – саме соціальний ефект, що ще збільшує соціальну складову підприємницької діяльності.

Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торгівельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським кодексом України та іншими законами. Економічна сутність підприємства полягає в тому, що воно має на меті одержання прибутку [8, с. 2]. Згідно цього визначення, підприємництво спрямоване на задоволення потреб суспільства та особистісних потреб, що й визначає його соціальну сторону.

Це трактування не дуже відрізняється від наступного, де підприємницька діяльність – це організація і з'єднання факторів виробництва для створення матеріальних благ і послуг, здатних задовольнити суспільні потреби, кінцевою метою реалізації яких є власні матеріальні інтереси підприємця [9, с. 6].

За думкою О.Я. Геліх, підприємництво взагалі не зводиться лише до сфери вільної економічної діяльності, але поширюється на всі соціальні галузі, де свобода, пошук нового і здатність творити є якщо не нормою для більшості, то у крайньому разі, доступні творчій меншості [2, с. 222]. Отже, тут ми знову зустрічаємо креативність, яка вже була запропонована І. Шумпетером і; взагалі, це поняття значно розширює соціальну компо-

ненту підприємницької діяльності, зазначаючи, що її метою не є лише ведення економічної діяльності для отримання прибутку, але й застосування своїх креативних якостей.

З огляду на те, що підприємницька діяльність пов'язана зі здійсненням певних функцій, таку діяльність можна охарактеризувати як процес планування, організації та здійснення безперервного, постійно оновлюваного відтворення товарів і послуг з метою задоволення економічних, соціальних та екологічних потреб суспільства (його членів) і одержання прибутку [5]. З визначення відомих економістів-маркетологів бачимо, що соціальна компонента реалізується через задоволення соціальних та екологічних потреб суспільства.

Українські вчені зазначають, що підприємництво є специфічним видом суспільно-корисної економічної діяльності [10, с. 214], з чого випливає знову її орієнтованість на потреби суспільства.

**Висновки з проведеного дослідження.** Підприємництво є основою економіки будь-якої держави та відноситься до суто економічної категорії, але в сучасному прояві воно несе в собі багато соціальних результатів. Слід зауважити, що у своїй основі воно має також соціально-економічну складову. Як вже було вище наведено, навіть звичайне підприємництво, яким воно сприймалось в роботах вчених-економістів Р. Кантільйона, А. Сміта, Ж.Б. Сея, М. Вебера, і за яким головною метою їхньої діяльності виступало отримання прибутку, має соціальний ефект. По-перше, це наймання робочої сили, яке вирішує одразу два питання: отримання зарплати ними, збільшуючи їх добробут, збільшуючи зайнятість населення – вирішення соціально-економічної проблеми суспільства. По-друге, сплата податків до держбюджету, що також є соціально-економічною дією, так як збільшується багатство держави та добробут суспільства.

Згодом, із розвитком економічної та суспільної думки, вчені вже починають розглядати це питання через її соціальну складову (Дж.М. Кейнс) чи інновативну (І. Шумпетер). Сучасні вчені вже трактують її не тільки, як діяльність з отримання прибутку, але й діяльність з реалізації суспільних потреб, чи діяльність, яка має соціальну та моральну відповідальність, чи діяльність, яка має соціальний ефект. Що ще більше розширює соціально-економічну складову підприємництва.

Звичайно, що отримання та максимізація прибутку, є головною метою підприємництва й зараз, але шляхи та засоби досягнення цього зміню-

ються. З'являються нові форми «соціалізації» бізнесу, що найбільш виявляється в соціальній відповідальності підприємництва, яка зараз активно розвивається не тільки в розвинених країнах, але й в Україні чи країнах із схожою економічною ситуацією. В українське сьогодення вводяться поняття «соціально-відповідальне підприємство», «соціальне підприємництво», розвиваються нові форми та інструменти самої соціальної відповідальності бізнесу, що й відображає соціально-економічну складову підприємництва.

## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коваленко О. В. Підприємництво та його організаційно-правові засади. / О.В. Коваленко. – Навчальний посібник. – Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. – 400 с.
2. Гелих О.Я. Предпринимательство как социальный феномен. / О.Я. Гелих – Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2003. – Т. 3. – № 5., С. 217-230.
3. Томилов В.В. Маркетинг и интрапренерство в системе предпринимательства: Учеб. пособие / В.В. Томилов, А.А. Крупанин, Т.Д. Хакунов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1998. – 130 с.
4. Киселев, Е.А. Основные подходы к исследованию предпринимательства как формы социально-экономической активности населения / Е.А. Киселев // Вестник Тамбовского университета. Гуманитарные науки. – 2013. – № 9. – С. 280-284.
5. Багиев Г.Л. Организация предпринимательской деятельности Учебное пособие/ Г.Л. Багиев, А.Н. Асаул. Под общей ред. проф. Г.Л.Багиева. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 231 с.
6. Титовец М.А. Социально-экономическая характеристика предпринимательства. / М.А. Титовец. – Экономика, управление, финансы (II): материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). – Пермь: Меркурий, 2012. – vi, 204 с. – С. 3-9.
7. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698-ХІІ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/698-12>.
8. Дакус А.В. Економічний розвиток підприємства: сутність та визначення / Дакус А.В., Сімченко Н.О. // Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. – [Електронний ресурс]. – 2012. – Вип. 6. – Режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-3.pdf>.
9. Гребенник В. В. Основы предпринимательства: курс лекций / В.В. Гребенник, С.В. Шкодинский. – М.: Мизмп, 2006. – 190 с.
10. Підприємництво як соціально-економічне явище / О.Б. Коротич, Ю. Л. Орел, О.В. Рябічко // Теорія та практика державного управління. – 2010. – Вип. 4. – С. 211-216.