

- створення ефективних фінансово-кредитних та інвестиційних механізмів підтримки малого бізнесу;
- зменшення кількості контролюючих органів, які часто дублюють функції один одного;
- створення сприятливого інвестиційного мікроклімату для залучення іноземного капіталу;
- формування нового типу економічного світогляду сучасного громадянина;
- обмеження впливу монопольних утворень з метою забезпечення вільного ціноутворення і зменшення їх тиску на малі підприємства.

Література:

1. Господарський кодекс України № 436 – IV від 16 січня 2003 р. – К.: Атіка, 2012 – 184 с.
2. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 4618 - VI від 22 березня 2012 р. // Відомості Верховної Ради України, 2012.
3. **Варналій З.С.** Основи підприємництва: Навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. / З.С. Варналій– К.: Знання-Прес, 2006. – 350 с.
4. **Карпій С.** Розвиток малого підприємництва як стратегія реалізації політики зайнятості на регіональному рівні / С. Карпій, В. Дьоміна // Економіст. - 2007. - № 4.- С.42-48.
5. **Кириченко О.А.** Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / О.А.Кириченко, К.Г. Ваганів // Актуальні проблеми економіки. - 2008. - № 1 (79). - С. 103-115.
6. **Комарницький І.** Проблеми розвитку малого та середнього підприємництва / І. Комарницький, М. Офік // Регіональна економіка. - 2005. - № 4. - С. 50-58.
7. **Мочерний С.В.** Основи підприємницької діяльності: Посібник. / С.В. Мочерний, О.А. Устенко, С.І. Чеботар– К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 280с.
8. **Ульяницька О.В.** Соціально-економічні проблеми господарської діяльності підприємств малого бізнесу / О.В. Ульяницька // Актуальні проблеми економіки.-2006.-№2(56). - С.65-73.

Стаття надійшла: 29.09.2012 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Горелов Д.О.



УДК 94 : 338. 22 (477) «18/19»

СОЦІАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРЕДПРИЄМНИЦТВА ЯК ДІЄВИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Лантух І.В., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Підприємництво – це феномен, що має потужний соціальний потенціал, який не має меж, а є багатовекторним явищем, що формується під впливом конкретних історичних умов і насичується соціальним змістом в залежності від тих завдань, які вирішує суспільство. Тому, чим більший сектор соціального буде вмонтовано в економіку, тим більш цивілізованим буде само суспільство, а підприємництво виправдовуватиме свій статус соціального.

Ключові слова: підприємництво, соціальне підприємництво, соціальний потенціал, бізнес, філантропія, благодійність, соціальна відповідальність бізнесу, соціальні інвестиції, особистісні риси підприємців.

The abstract. Business is a phenomenon which has powerful social potential that has no borders. Business is the multivector phenomenon which is formed under the influence of concrete historical conditions and is sated with the social maintenance depending on those problems which are solved by a society. Therefore, than the more sector of the social will be built in the economics, the more society will be especially civilized and business will justify the status of the social.

Keywords: business, social business, social potential, business, philanthropy, beneficence, social responsibility of business, social investments, personal lines of businessmen.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку української економіки у науковому обігу вживаним є термін «соціальне підприємництво». Головна мета соціального підприємництва – зробити дещо за допомогою свого прибутку. Це означає, що головною ознакою сучасного підприємництва – є підприємство на суспільно корисній ниві, де бізнес працює не тільки «на себе», а і на оточуючих. Тобто дане явище вказує на гуманістичний вектор розвитку сучасного підприємництва. А звідси у спектр наукового аналізу підпадає поняття «соціальний потенціал», саме підприємництва та його значення для гуманізації суспільства, що допоможе вибудувати нові вежі ринкової економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні засади дослідження проблеми підприємництва були закладені у працях таких відомих західних економістів як Р. Кантільйон, А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей та розвинуті А. Маршаллом, М. Вебером, В. Зомбартом, Й. Шумпетером, Ф. Хайєком, П. Друкером, М. Алле, Л. Мізесом та іншими. В українській економічній думці наукова зацікавленість проблемою підприємництва виникла в період становлення ринкових відносин на теренах України. Головну увагу українські вчені-економісти А. Антонович, М. Бунге, І. Вернадський, К. Воблий, В. Вольф, М. Гольдштейн, С. Гольдельман, І. Дашковський, М. Довнар-Запольський, В. Желєзнов, В. Левитський, П. Мігулін, М. Соболев, 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.

Невирішені складові загальної проблеми. А ось проблемі визначення теоретико-методологічних аспектів щодо поняття «соціальний потенціал підприємництва» присвячено небагато робіт [1; 2], хоча, наприклад, така категорія як «економічний потенціал» розроблена достатньо вичерпано [3, 4, 5]. Тому сьогодні практика диктує необхідність звернутися до проблеми соціального потенціалу підприємництва, який сьогодні актуальний та своєчасний, особливо в період входження України до європейського цивілізаційного простору.

Формулювання цілей статі. Побудова цивілізованого суспільства вимагає розкриття багатовекторності соціального потенціалу підприємництва, який допоможе у вирішенні гуманізації економіки українського суспільства, наповнення її соціальним змістом. Ми виходимо із того, що даний феномен має складний системний характер, який обумовлений мультифакторними чинниками. На наш погляд, соціальний потенціал розкривається через такі поняття, як «бізнес», «філантропія», «благодійність», «соціальна відповідальність бізнесу», «соціальні інвестиції», «особистісні риси підприємців».

Викладення основного матеріалу дослідження. Вирішуючи цілі даної роботи, перш за все, треба звернути увагу на поняття «потенціал». Цей термін має латинське походження. Слово «*potentia*» буквально означає сила. Даний феномен привертав вже увагу в античній філософії. Так, Арістотель розглядав категорію «потенція» як можливість появи нових визначеностей. До того ж, він вбачав в цьому понятті початок зміни речей, а також як здатність руху та можливість осмислення його [6]. Іншими словами Арістотель визначив в потенціалі дві важливі особливості, а саме: динамічний характер та перманентну трансформацію, що в подальшому мало досить велике значення для формування змісту поняття потенціал.

Поряд із терміном «потенціал» уживаним являється і термін «потенціальність». Він підкреслює таку ознаку потенціалу, як можливість, наявність сили, яка може бути використана [7]. Тобто цей термін вказує на невикористані можливості, на перспективність розвитку, на креативність, яка закладена в самому явищі.

Майже той же самий момент акцентований у терміні «потенціальний». Як свідчить етимологічне значення цього слова, яке було запозичене в XIX ст. від французького «*potential*», що означає «той, що може бути» [8].

Поняття «потенціал» у 1828 р. починає використовуватися у фізиці в своїх дослідженнях Гріна, що збагачує і більш конкретизує дану категорію [9]. А у середині ХХ ст. формується теоретичний базис для визначення потенціалу як економічної категорії. Потенціал означає джерело, можливості, засоби, запаси, що є у наявності і які можуть бути приведені в дію, досягнення певної мети, здійснення плану, використані для вирішення будь-якої задачі, можливості окремої особи, суспільства, держави у певній області [10].

Щодо категорії «підприємництво», то треба зазначити, що перші постановки даної проблеми в західній економіці датуються ХУІІІ ст. і пов'язані з іменами Котильона, А. Тюрго, Ф. Кене, А.Смітта, Ж. Сея [11]. Уже в цей період в обіг був введений широкий набір уявлень про цей феномен, а саме: володіння капіталом, поєднання і комбінування факторів виробництва, орієнтація на вилучення максимального прибутку та капіталізація доходів, використання ринкових і інших можливостей, самостійність, прийняття ризику, ініціативність та творчість, здатність долати опір середовища, особливе управління виробництвом тощо. Прийняте в західній літературі поняття «підприємництва» вкладається у діапазон від «праздного класу» по Т. Веблену [12] до «основного феномена економічного розвитку» по І. Шумпетеру [13]. Основою сучасного дослідження даного явища стали роботи І. Шумпетера та Ф. фон Хайека. Саме вони сформулювали принципове розуміння сутності якостей підприємництва. Це розуміння при розгляді підприємництва повинне враховуватися, в першу чергу, а саме: закономірності виробництва та функціональну діяльнісну роль людини в його розвитку.

Треба зазначити, що соціальний потенціал підприємництва вже закладений у його визначенні. Підприємництво (entrepreneurship) – це самостійна, ініціативна господарсько-фінансова діяльність з використанням новизни, ризику, винахідництва з метою одержання прибутків; що здійснюється фізичними та юридичними особами, котрі називаються підприємцями, від свого ім'я і на свій ризик на постійній підставі [14, с.13]. Ця діяльність направлена на досягнення наміченого результату (одержання прибутку або підприємницького доходу) шляхом найкращого використання капіталу і ресурсів економічно виокремленими суб'єктами ринкового господарства, які несуть повну майнову відповідальність за результати своєї діяльності і підкоряються правовими нормами країни реєстрації [15, с.25]. Таким чином, підприємництво характеризується наступними ознаками: а) не тільки свободою у виборі господарської діяльності і її методів, не тільки самостійністю, але головне – новаторством, творчим пошуком, «ноу-хау»; б) відповідальністю за прийняті рішення та їх наслідки і спричинений з цим ризик. Якщо діяльність не пов'язана з відповідальністю – це не підприємництво, а лише розпорядництво за дорученням; в) орієнтацією на досягнення економічного і, може бути, морального успіху.

Ці необхідні ознаки підприємництва передбачають, як слідство, більш розгорнутий набір останніх: прийняття рішень, що пов'язує підприємництво із управлінською діяльністю; свобода інвестування, що випливає із свободи економічної, також, як і право на капіталізацію свого доходу; орієнтація на майбутнє, що безпосередньо пов'язано із організаційною новацією, з нею ж зароджується і така найважливіша риса підприємництва, як лідерство; прагнення до збільшення прибутку знаходиться у самій природі економічної діяльності, а також є наслідком звертання до організаційної новації. Коло конкретних підприємницьких функцій включає в себе пошук нових можливостей для господарської активності, оцінку їх прибутковості, забезпечення фінансових та інших ресурсів для розгортання виробництва, найм робітників, взаємодія із владою, поставщиками, клієнтами.

Отже, підприємництво виконує особливу соціальну функцію – забезпечує розвиток та удосконалення економіки, її постійне оновлення, створення інноваційного середовища, що зламає традиційні структури та відкриває шлях до нового. Це означає, що на підприємництво, як соціально-економічний феномен, покладаються такі функції: ресурсна, а саме мобілізація капіталу, трудових, матеріальних, інформаційних ресурсів; організаційна – організація виробництва, збуту продукції, маркетингу, реклами; творча – новаторство, генерація ідей, використання ініціативи, вміння йти на ризик [16, с.8].

Сутність підприємництва в тому, що це особлива специфічна сфера ринкового господарства і одночасно спосіб та процес господарчої діяльності людини в сучасному

суспільстві. Тому підприємницька діяльність розглядається як провідний фактор виробництва. Проте підприємницька діяльність вимагає і підприємницьких задатків як особливого виду людського капіталу, представленого висококваліфікованою діяльністю з координації та комбінування усіх інших факторів виробництва, вмінням та бажанням в процесі виробництва на комерційній засаді впроваджувати нові види продукту й послуг, технологій, організації виробництва при певному ступеню ризику.

– Як бачимо, з приводу сутності підприємництва у вітчизняній та закордонній літературі загальним для більшості дослідників є виділення як найбільш суттєвим в ньому саме ризик, з яким пов'язана праця підприємця. Також підприємництво асоціюється з поняттям «бізнес», як процесом «виробництва» грошей за допомогою корисної виробничої діяльності – виготовлення продукту або здійснення послуг. Про це свідчать роботи Ю.Н. Осипової «Основи підприємницької справи», В. Автономова «Енциклопедія підприємництва», Г. Гінса, А. Хоскіна «Курс підприємництва». У всіх цих соціально-економічних поглядах на підприємництво наголос акцентується на тому, що підприємництво – одна із форм бізнесу, а бізнес - це справа (робота); це любий вид діяльності, що приносить прибуток або особисту вигоду; це система ведення справ або система, яку створила людина для забезпечення наших бажань [12, с.30]. Суть системи бізнесу полягає в тому, що кожний суб'єкт ринкової економіки займається своєю справою, і в той же час в суспільстві відпрацьовані такі механізми, завдяки яким бізнес не наносить шкоди іншим людям, що легально реалізують власні економічні ініціативи, ділову хватку, заповзятливість. Система бізнесу свідчить про стійкість та життєздатність кожного суб'єкту ринкової економіки, а це - тенденція до розвитку в напрямку зміцнення їх цілісності; постійне вирішення виникаючих в системі протиріч між підприємцями та найманими робітниками, виробниками товару та споживачами, приватним підприємництвом та профспілками, приватним підприємництвом та державними владними структурами; високий динамізм системи, створення нових моделей сучасного ринкового господарства, в тому числі і моделі соціально орієнтованої ринкової економіки. Таким чином, підприємництво ґрунтується на основі об'єктивних чинників економічного розвитку, ототожнюється лише з діяльністю, що пов'язана з високим ступенем ризику, новаторством, інновацією, тобто розглядається в контексті формального підходу до цього феномена.

Але останнім часом в науковій літературі з'явився ще один підхід для визначення підприємництва, де його сутність, форми прояву розглядаються у контексті людини, її природи. Так, підприємництво розглядається як здатність зважитися на що-небудь нове та реалізувати свої мрії, задуми, і в кінцевому підсумку нерозривно пов'язане з творчою природою людини [17, с.115]; як соціально-організуюча і перетворююча діяльність, що є різновидом творчості і в цьому розумінні є однією з ключових форм соціальної діяльності взагалі [18, с.23]; як спосіб життя або дій, одне із занять ділової людини [19, с.82]; як певний стиль поведінки, що передбачає прояви ініціативи, економічне і правове рівноправ'я, високу відповідальність за свої вчинки [20, с.10]. Це дає можливість констатувати, що сутність підприємництва в цьому ключі визначається активністю, спрямованою на діяльне перетворення оточуючого світу та побудову нових систем взаємодії у векторі економічних, управлінських та етичних напрямків. Підприємництво тут розглядається з гуманістичної позиції як прагнення людини до особистого вдосконалення, зростання та активного способу життя. Все це констатує те, що підприємництво - це підстава для формування творчої природи людини, її самореалізації у конкретних умовах історичного та економічного конструкту. Також підприємництво, як основна форма соціальної діяльності, змінює не тільки умови життєдіяльності людини, але і саму людину, а саме: її погляди, світосприйняття, поведінку, місце в суспільстві. Підприємець має також нетрадиційний тип мислення, що фіксує себе через сукупність оригінальних поглядів щодо прийняття рішень, постійних пошуків новизни, нових засобів та прийомів досягнення заданої цілі. Все це підтверджує аксіому підприємницької філософії австрійського економіста Й. Шумпетера про те, щоб бути підприємцем - значить робити не те, що роблять інші [13]. Як бачимо, підприємництво насичується соці-

альним, гуманітарним зиском і це не є тимчасовим фактом, а – стійкою тенденцією, що відтворює сучасний стан розвитку суспільства.

Практика сьогодення підтверджує, що ефективна діяльність підприємців є нагальною потребою для суспільства. Адже головна мета його – це створення умов найбільшого сприяння відтворенню життєдіяльності особистості. І все це концентрується у декількох моментах. Перш за все, підприємець сам зацікавлений у своїй справі, тому він буде використовувати свої знання для розширення масштабів свого бізнесу, а отже має більше шансів досягти успіху. Також підприємець, озброєний сучасними знаннями, може швидше і з меншими зусиллями задовольнити ринковий попит, суспільні потреби, бо власне він може передбачити останні ще на стадії формування, а завдяки цьому отримати певний зиск з цього раніше, ніж його конкуренти. І, звичайно, діяльність підприємців сприяє тому, що задоволення ринкового попиту відбувається з меншими витратами для суспільства. Таким чином, в основу сучасного підприємництва покладено, перш за все, особистісний інтерес, але в умовах трансформуючого суспільства, суспільства переходу до ринкових умов він задовольняється лише при роботі на суспільство. Як бачимо, унікальність феномену підприємництва ґрунтується на двох моментах. По-перше, він базується на соціальній природі людини, яка є споживачем постійно зростаючих суспільних благ. По-друге, він базується на людині, як соціальній істоті, яка прагне у всіх своїх поведінкових проявах до автономності, індивідуальності та незалежності у своїй діяльності. А це дає людині саме у підприємстві самореалізуватися, задовольнити свої потреби засобом підприємливого прагнення до прибутку на раціональних засадах. Безумовно, процес підприємницької діяльності дає змогу людині знайти своє місце в суспільстві, спроектувати свій шлях до блага та свободи, досягти економічного та соціального піднесення, а також життєвого успіху. Усе це потрібно розглядати в контексті конкретного часу та місця, бо на підприємство завжди накладає свій відбиток історична доба, в яку воно вмонтовується, а звідси - похідні ряду характерних рис підприємця, а саме: стиль його поведінки, характер дій, мотиваційна структура, методи господарювання, життєві плани, ціннісні орієнтації, менталітет.

Соціальний потенціал підприємництва розкривається і через такі явища як філантропія, благодійність, соціальна відповідальність, соціальні інвестиції бізнесу. Філантропія та благодійність означають добровільну діяльність, спрямовану на покращення морального і матеріального стану нужденних. А якщо брати Україну, 80 % українського населення живуть за ризикою бідності. Також сьогодні з'явився термін «нові бідні» - це особливий соціальний прошарок суспільства, який має високий освітній ценз, роботу, але які можуть не отримувати заробітної плати деякий час. Тобто це інтелігенти, а саме лікарі, вчителі, актори, інженери тощо.

Що стосується соціальної відповідальності, то, без сумніву, підприємство є важливою складовою суб'єкта соціальної відповідальності, оскільки підприємці, ризикуючи, повинні брати на себе високу міру відповідальності як перед споживачами, так і перед суспільством взагалі [21]. Відповідальна позиція передбачає, що у підприємства повинна бути «суспільна совість». Кожне підприємство, у цьому векторі розвитку, повинно виробити для себе певну концепцію соціально відповідальної і етичної поведінки.

Термін «соціальні інвестиції бізнесу» відносно новий на теренах економічної науки. Він акцентує увагу на тому, що всі ресурси, а саме: матеріальні, технологічні, управлінські та інші, спрямовані на вирішення соціальних питань, є не витратами, але формою бізнесу – стратегічними інвестиціями в стійкий розвиток компанії, це, по-перше, по-друге, в перспективі вони приносять їй прибуток. Сьогодні дослідники констатують, що «соціальні інвестиції бізнесу» як матеріальні, технологічні, управлінські та інші ресурси, а також фінансові засоби компанії, які спрямовані за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм. Таких програм у період виходу із кризи сьогодні надзвичайно багато, а отже соціальних інвестицій повинно ставати все більше і це буде одним із свідчень видужання суспільства в цілому.

Висновки. Отже, в статті доведено, що підприємство – це феномен, що має потужний соціальний потенціал, який не має меж, а є багатовекторним явищем, що фор-

мується під впливом конкретних історичних умов і насичується соціальним змістом в залежності від тих завдань, які вирішує суспільство. Тому, чим більший сектор соціального буде вмонтовано в економіку, тим більш цивілізованим буде само суспільство, а підприємництво виправдовуватиме свій статус соціального. Подальшим дослідженням даної проблеми є шляхи оптимізації соціального потенціалу підприємництва, які слід розглянути спираючись на ретроспективний аналіз досвіду українського підприємництва кінця XIX – початку XX ст., котрі заклали фундаментальні підвалини для започаткування та розвитку соціального аспекту в діяльності свого бізнесу. Тут слід згадати таких українських підприємців як родини Алчевських, Харитоненків, Терещенків тощо, діяльність яких потребує ретельного дослідження у межах даної проблеми.

Література:

1. **Гавва В.Н.** Потенціал підприємства: формування та оцінювання. Навчальний посібник/ В.Н. Гавва, Е.А. Боджко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.
2. **Котлер Ф.** Основы маркетинга: Перевод с англ. – 2-е европ. изд./ Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – М.; СПб.; К.: Питер, 2003. – 944 с.
3. **Симионов Р.Ю.** Стоимостная оценка экономического потенциала строительного предприятия: подходы и методы / Р.Ю.Симионов // Экономический анализ: теория и практика.– 2007. – №2 (83). – С.5-17.
4. **Краснокутська Н.С.** Потенціал підприємства: формування та оцінка. Навчальний посібник / Н.С. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
5. **Отенко И.П.** Стратегическое управление потенциалом предприятия / И.П. Отенко. – Харьков: Издательство ХНЭУ, 2006. – 168 с.
6. **Аристотель.** Сочинение в 4-х томах / Аристотель. – М.: Наука, 1975. – Т.1. – 427 с.
7. **Кондаков Н.И.** Логический словарь-справочник / Н.И. Кондаков. – М.: Наука, 1975. – 248 с.
8. **Этимологический словарь русского языка /** Ред. Н.М. Шаинского – М. ИНФРА-М, 1994. – С. 315.
9. **Брокгауз Ф.А.** Энциклопедический словарь. Современная версия / Ф.А. Брокгауз, И.А. Эфрон. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 679 с.
10. **Потенциал//** Большая Советская Энциклопедия. – М., 1975. – С. 1058.
11. **Тюрго А.** Избранные экономические произведения / А. Тюрго. – М., 1961. – 190 с.
12. **Веблен Т.** Теория праздного класса / Т. Веблен. – М.: Прогресс, 1984. – 363 с.
13. **Шумпетер И.В.** Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / И.В. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 454 с.
14. **Бабич Д.В.** Государственное регулирование предпринимательской деятельности / Д.В. Бабич. – Х.: Основа, 1996. – 347с.
15. **Герчикова И.Н.** Менеджмент: Учебник. / И.Н. Герчикова. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 51 с.
16. **Плоткін Я.Д.** Підприємцю про підприємництво. Зарубіжний досвід / Я.Д. Плоткін, А.В. Дубодєлова, О.В. Захарчук, Т.С. Пурха– Львів: Вільна Україна, 1993. – 250 с.
17. **Агеев А.** Предпринимательство: стратегия нового поколения / А. Агеев, Д. Кузин, М. Гречев // МЭМО. – М., 1991. - № 3. – С. 25-29.
18. **Апресян Р.** Ценностные контрверзы предпринимательства / Р. Апресян // ОНС. – 1993. – № 2. – С. 14-18.
19. **Нельга Т.** Українське підприємництво: історичні передумови й соціокультурні детермінанти / Т. Нельга // Філософська і соціологічна думка. – 1994. - № 7-8. – С. 22-24.
20. **Пачковський Ю.Ф.** Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки / Ю.Ф. Пачковський. – Львів: Світ, 2000. – 220 с.
21. **Сірий Є.В.** Доктрина взаємовідносин бізнесу та суспільства: пошуки ідентичності / Є.В. Сірий // Український соціум. – 2007. - № 1(18). – С.41-52.

Стаття надійшла: 10.09.2012 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Бабич Д.В.

