

О. Myroshnychenko

RESEARCH OF SATISFACTION OF USERS BY EDUCATIONAL FAVOUR

In the article the question of satisfaction of users (by potential enterprises - employers) is explored by quality of preparation of young specialists (graduating students of Institute of higher), analysis, which will allow to expose weak sides educations, their improvement and control from the side of guidance of high school.

Key words: user, satisfaction, students of Institute of higher, quality, standard, enterprises-employer, graduating student.

© О. Мирошніченко

Надійшла до редакції 03.10.2011

УДК 334:658

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА І РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ

ВАЛЕНТИНА ОРЛОВА,

кандидат економічних наук, доцент Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

У статті розглянуто еволюцію концепції підприємництва в сучасній економічній теорії. Виокремлено фактори, які сприяють і перешкоджають розвитку малого бізнесу. Визначено напрями його державної підтримки.

Ключові слова: підприємництво, підприємець, малий бізнес, інституційне середовище, велике підприємство, інновації.

Постановка проблеми. На сучасному етапі істотно актуалізувалися проблеми розвитку малого бізнесу (МБ). Це зумовлено низкою взаємопов'язаних причин. По-перше, цей різновид підприємництва онтологічно характеризується деякими обмеженнями у сфері концентрації капіталу, диверсифікації діяльності, технологічного розвитку, використання переваг економії на масштабі та виходу на зовнішні ринки збуту. По-друге, криза світової економіки негативно вплинула на зростання окремих національних економік. Найбільше посткризова рецесія відбивається на МБ. Якщо у великих підприємств є певні внутрішні резерви й можливість структурного маневру, то малі підприємства в разі погіршення кон'юнктури мають пряму перспективу банкрутства або повної переорієнтації, яку в несприятливих економічних умовах здійснити практично неможливо. Тим більше, МБ функціонує переважно в тих галузях, які найдовше відчувають наслідки кризових явищ і у випадку затяжних проблем переходять у стан глибокої депресії. Функціонування МБ більше, ніж у великих підприємств залежить від добробуту домогосподарств, оскільки це визначає не тільки попит на товари й послуги, але й можливості залучення капіталу через неформальний ринок. По-третє, розвиток людської цивілізації призводить до ґрунтовної трансформації економічного устрою. Перехід до постіндустріальної (інформаційної) економіки вимагає від малих підприємств великих адаптаційних

можливостей, які в них онтологічно є дуже обмеженими. Незважаючи на велику гнучкість малих підприємств, їм складно реформувати свою діяльність на основі нових інформаційних технологій (тим більше, це вимагає додаткових знань і часу) й адекватно відповісти на нові виклики. МБ об'єктивно потребує спеціальної державної підтримки, необхідність якої підвищується, якщо враховувати ті важливі функції, які він виконує в сучасній економіці.

В Україні питання розвитку МБ в останні роки стоять особливо гостро. Представлені вище проблеми доповнюються недосконалістю інституційного середовища, деструкції та дисфункції якого успадковані від командно-адміністративної економіки й посилені під час перехідного періоду. Це утворює цілий конгломерат проблем, які важко долаються, тим більше в умовах посткризової рецесії, коли держава не має достатніх ресурсів для вирішення масштабних завдань у сфері розвитку підприємництва, а проведення економічної політики та інституціональних перетворень ускладнюється безліччю кон'юнктурних протиріч. В умовах, що склались, державі, незважаючи на кон'юнктурні труднощі, необхідно реалізувати комплексні заходи з розвитку МБ. Їх наукове обґрунтування вимагає урахування тих сутнісних змін, яких зазнало підприємництво за останні десятиліття. У зв'язку з цим потрібен глибокий аналіз еволюції концепції підприємства, що дозволить доповнити існуючу методологію розвитку МБ.

Аналіз досліджень і публікацій з проблеми.

Актуальність згаданих проблем підтверджується й останніми дослідженнями в цій галузі. Так, Р. Пустовіт розглядає особливості формування інституційного середовища підприємництва в трансформаційній економіці. На основі узагальнення теорії підприємництва автор установив чинники, які перешкоджають становленню та ефективному розвитку бізнес-середовища в указаних умовах. У роботі обґрунтовано необхідність спрощення регуляторної системи, удосконалення правової інфраструктури, підвищення ефективності законодавчого регулювання тощо [1, с. 5-26]. Г. Франовська аналізує витoki теорії підприємництва. Результати проведеного автором дослідження дозволяють визначити сутність МБ як інституту ринкової економіки [2, с. 8-16]. Ф. Файоль і А. Тоун розглядають еволюцію економічної теорії підприємництва та її нові положення, що дозволяє виокремити напрями підтримки МБ на сучасному етапі [3]. У роботі [4] виділено особливості підприємництва в умовах мондіалізації. Особливу увагу звернуто на переваги МБ, які необхідно використовувати для стимулювання прогресивних змін в економіці. Теоретичні розробки У. Баумоля суттєво доповнюють існуючі концепції підприємництва. Погляди автора дозволяють обґрунтувати напрями розвитку МБ як складової механізму вільного ринку [5]. Г. Еліассон і М. Хенкунсон, досліджуючи внесок У. Баумоля в теорію підприємництва, констатують оновлення уявлень про бізнес, його роль в економіці й суспільстві [6]. Трансформація функцій МБ істотно розширює цю роль і підвищує значущість цього різновиду підприємництва в суспільному виробництві, забезпеченні економічного прогресу й добробуту населення. Дж. Айзенберг розглядає розвиток підприємництва як найважливіший фактор економічного зростання. У зв'язку із цим автор підкреслює важливість державної підтримки МБ, яка повинна бути кваліфікованою, урахувати його онтологічні особливості та сучасні реалії трансформації підприємницького середовища [7]. Проведений аналіз останніх досліджень показує, що концепція підприємництва істотно доповнюється, виходячи з аналізу особливостей функціонування МБ. Це дозволяє виділити не тільки нові теоретичні положення, а й визначити напрями підтримки МБ у контексті вирішення завдань його розвитку. Незважаючи на велику увагу сучасних дослідників до розвитку МБ, у цій області існує низка невирішених проблем методологічного характеру, що визначає мету роботи.

Мета роботи полягає в аналізі окремих концепцій підприємництва та визначенні напрямів державної підтримки МБ у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Для з'ясування особливостей розвитку МБ на сучасному етапі й більш повного обґрунтування напрямків його державної підтримки необхідно простежити зміну в уявленнях про сутність і роль підприємця в ринковій економіці, що відображено у відповідних теоретичних (наукових) концепціях.

Концепція щодо впливу підприємця на економічний розвиток в економічну теорію введена Р. Кантільоном, який визначає підприємця як керівника виробництва й торгівлі, що піддається ризикам, які пов'язані з обмеженнями ринку й зміною цін (комерційні ризики), але може передбачати їх і встановлювати прийнятні для покупців ціни на товари [3, с. 8]. Р. Кантільон відводить підприємцю головну

роль в економічному розвитку та розкритті потенціалу цінового механізму, що призводить до економічної ефективності.

А. Сміт уявляв підприємця як власника капіталу, який, реалізуючи певну ідею й прагнучи отримати прибуток, іде на ризик. Він уважав, що на ринку вільної конкуренції підприємець, спонукуваний особистими інтересами й реалізуючи власні цілі, сприяє досягненню цілей суспільства ("невидима рука" ринку та ринкової конкуренції) [2, с. 8]. Основною функцією підприємця А. Сміт уважав накопичення капіталу, а його головним завданням - забезпечення функціонування власного підприємства (виробничого процесу). Він відокремлював "ділових людей" від лихварів (спекулятивних позичальників), які оперують позиковим капіталом. У той же час А. Сміт не виділяв ролі підприємця як економічного агента й не розглядав вплив його діяльності на рівень економічної активності [3, 4]. Д. Ріккардо вважав, що підприємець, будучи власником капіталу, бере на себе ризики, тому має право приймати ключові рішення. Це право повинно гарантовано забезпечуватись, що виключає обмеження ініціативи підприємця [3]. Ж.-Б. Сей поставив підприємця в центр економічного процесу. Підприємець (сільський господар або фабрикант) за свій рахунок створює продукт, реалізує його на свій ризик і для своєї вигоди. За Ж.-Б. Сеєм, підприємець гармонізує й комбінує фактори виробництва для отримання доходу. Тому функція підприємця полягає в організації, забезпеченні процесом виробництва та управлінні ним у своїй господарській діяльності. Б.-Ж. Сей бачив у підприємці раціонального й діяльного суб'єкта господарювання, який є посередником між різними виробниками, а також між виробниками та споживачами. Підприємець уявляється передусім як організатор, що створює умови для ефективного використання факторів виробництва. Однак Ж.-Б. Сей розділяє функції власника капіталу й підприємця, хоча їх може виконувати одна особа. Підприємство визначається як раціональна комбінація факторів виробництва, яка досягається в будь-якій формі господарської діяльності (виробництво, обмін, розподіл і споживання) і в будь-якому моменті відтворювального процесу. Воно завжди супроводжується ризиками. При отриманні малого доходу в одному місці використання факторів виробництва він переводить їх в інші галузі й шукає нові комбінації, виходячи з ринкової кон'юнктури [2-4]. На основі постулатів теорії Ж.-Б. Сея А. Маршалл обґрунтував необхідність виокремлення четвертого фактора виробництва, а саме організації, і розглянув комбінацію факторів виробництва в умовах індивідуальної діяльності (виробництва) у межах окремого підприємства, яке до того ж постійно безперервно розвивається (трансформується). А. Маршалл обґрунтував індивідуальний характер підприємця у використанні технологій, організації та управлінні процесом відтворення. Відбір найбільш ефективних варіантів комбінації факторів виробництва веде до прогресу виробництва [2, с. 8].

Великий внесок у теорію підприємництва зробив Й. Шумпетер, який створив новий методологічний підхід до пояснення сутності й ролі підприємця. Й. Шумпетер розглядав цикли економічної активності й найважливіший фактор економічної динаміки - інновації, які визначено як нову, більш ефективну комбінацію факторів виробництва. У зв'язку із

цим підприємець постає як новатор, який здійснює інноваційну діяльність. Процес розвитку уявляється боротьбою нового зі старим, у якій підприємцю відводиться ключова роль "руйнівника" з метою творення. Виділяючи кілька різновидів інновацій, Й. Шумпетер обґрунтував деякі особливості поведінки підприємця-новатора, який іде на підвищений ризик, прагнучи за рахунок реалізації інновацій отримати надприбутки, зумовлені його монополічним становищем на ринку та інтелектуальною рентою (що має місце, поки конкуренти не відтворять новинку або не впровадять іншу інновацію). Підприємець, на думку вченого, є партнером винахідника, що розпізнає цінність нововведення й представляє його на ринку як інновацію. Важливо зазначити, що Й. Шумпетер розглядає підприємницьку діяльність як особливу й рідкісну здатність, спрямовану на просування інновацій на ринок в умовах підвищеного ризику. Тільки індивіди, які мають уяву, ініціативу й волю, здатні зв'язати науку й виробництво та здійснювати інновації, гідні називатися підприємцями. Саме вони є двигуном технічного прогресу. Підприємницька діяльність, у свою чергу, є новаторською за своєю суттю й стає чинником прогресивних перетворень економіки, розвиток якої постає як хвиля появи інновацій, що змінюють одна одну [2, с. 8-9; 3, с. 11-12].

Концепція Й. Шумпетера істотно змінила уявлення про підприємця й відсунула на другий план відповідні положення класичної економічної теорії. Разом з Й. Шумпетером, Ф. Найт та Ф. Хайєк ставлять за основу поведінки підприємця не раціональний розрахунок (як класична теорія), а ініціативу, оригінальність, новаторство тощо. За Й. Шумпетером, підприємець, здійснюючи інновації, створює нерівновагу й отримує за рахунок цього прибуток. Представник австрійської школи І. Кірцнер уважав, що нерівноважні ситуації не менш важливі, ніж рівноважні. Нерівноважні ситуації, які полягають у розбіжності попиту й пропозиції як у часі, так і в просторі, дозволяють отримувати додатковий прибуток. Підприємець, за І. Кірцнером, користується невідносно важеною ситуацією й об'єктивно сприяє відновленню ринкової рівноваги [2, с. 9].

Еволюцію концепції підприємництва слід розглядати й у контексті структурних змін у промисловості. Промислова революція, що відбувалася ще в XVIII-XIX століттях, призвела до концентрації капіталу й появи великої промисловості. Кількість дрібних підприємств різко скорочується, особливо у сфері виробництва. Символом підприємця стає фабрикант, який додає до компонентів здібностей підприємця функції інвестора й технічного фахівця [6; 7]. У другій половині XIX століття починає формуватися так званий управлінський капіталізм, відбувається становлення нового типу підприємця - менеджера (директора), тобто відбувається поділ функцій власності та управління, а також поява управлінських структур. Індивідуальні підприємства змінюються акціонерними товариствами. Індивідуалізм, властивий західній цивілізації, починає трансформуватися й тісно переплітається з колективізмом. Так, Ф. Хайєк пише: "До цих пір ми не усвідомлюємо, що справжні експлуататори в сучасному світі - це не егоїстичні капіталісти й підприємці, узагалі не окремі індивіди; це організації, чия влада виникає, по-перше, з морального схвалення суспільством колективізму, по-друге, із властивого членам організацій почуття групової ло-

яльності. Наше суспільство з його характерними інстинктами налаштоване на користь організованих інтересів, що дає відповідним організаціям перевагу над ринковими силами. Це і є головна причина справжньої несправедливості в нашому суспільстві й деформації економічної структури" [8]. Малі підприємства в промисловості поступаються місцем великим організаціям, які перетворюються на головний двигун промислового розвитку. МБ змушений підтримувати тісні зв'язки з великими підприємствами й банками. У зв'язку із цим необхідно згадати основні ідеї представника інституційно-соціального спрямування Дж. Гелбрейта. Він стверджував, що велике підприємство у XX столітті здійснює всі види діяльності, якими раніше займалися індивідуальний власник і мале підприємство. Велике підприємство може акумулювати необхідні ресурси та мобілізувати людські компетенції для підвищення продуктивності, отримуючи при цьому переваги економії на масштабі та спеціалізації. За Дж. Гелбрейтом, велика організація усуває невизначеність ринку й створює владу менеджерів (техноструктури) замість влади власників [3; 4]. Підприємець як індивідуальна особа зникає [3, с. 11]. Остання теза отримує велике поширення в 60-70-ті рр. XX століття в період розвитку масового виробництва. Великі структури перетворилися на "локомотив" економічного зростання, а їхні переваги стали розглядатися як найважливіша передумова інновацій [4, с. 19].

МБ почав розглядатися суто як складник економічної структури, що доповнює великі підприємства. У цьому контексті необхідно розглянути оновлену концепцію підприємництва, запропоновану У. Баумоєм. Він звертає увагу на різні, але взаємодоповнюючі ролі великих і малих підприємств, їхній специфічний внесок в інноваційний процес. Дослідник також розглядає роль уряду та університетів, які разом із малим і великим бізнесом, роблять внесок у забезпечення економічного зростання на основі інновацій [5, 6]. Посилення конкуренції змушує великі підприємства безперервно впроваджувати інновації, виникає рутинізація інноваційного процесу, для забезпечення якого залучаються значні ресурси. Однак великі структури мають певні недоліки в розробці та освоєнні інновацій, тому змушені взаємодіяти з МБ. У. Баймоль, на відміну від Й. Шумпетера, вважає, що функції підприємця в економіці не старіють і не звужуються. Великі підприємства користуються своїми перевагами, намагаються уникнути невизначеності. МБ більш гнучкий, мобільний, легше йде на ризик, тому малі інноваційні підприємства залишаються основним джерелом революційних проривів. У. Баумоль називає спеціалізацію функцій великих і малих підприємств у сфері інноваційної діяльності "чудовою асиметрією" [5, с. 11]. У зв'язку із цим не слід недооцінювати роль ні великих підприємств, ні МБ. У сучасній науці виникає модернізований погляд (концепція) на підприємця, його сутність та функції. Незалежне мале підприємство є одним із найважливіших функціональних елементів сучасної економіки. Багато об'єктивних закономірностей її еволюції ведуть до скорочення розмірів підприємства.

У сучасній економічній науці не існує загальноприйнятої концепції підприємництва. Кожна з концепцій робить свій внесок у сучасні уявлення. Усі дослідники сходяться на тому, що для нормального функціонування та розвитку МБ і, отже, реалізації

ним своєї ролі необхідні певні умови, створити які має держава. Проведений теоретичний аналіз дозволив установити:

- фактори, що сприяють розвитку МБ: соціальна та економічна легітимізація; розвиток кредитних відносин та інвестиційного сектора, поява венчурного капіталу; поява нових інформаційних технологій; диверсифікація попиту, поява "мікроринків" і збільшення значущості безпосередніх соціальних зв'язків; інновацізація економіки; еволюція етики та економічної культури та ін.;

- фактори, що перешкоджають розвитку МБ: "хижацька" політика великих підприємств, у тому числі у сфері поглинання та ринкової експансії; нові прояви олігополії; вплив великих підприємств на державну політику (часто на шкоду інтересам МБ); недосконалість інституційного середовища, недостатня відповідність спеціальних інститутів особливостям МБ; надмірне податкове навантаження та ін.

Імперативом розвитку МБ є його інноваційність, тому державна підтримка повинна бути зосереджена на підтримці інноваційної діяльності таких підприємств. Слід виділяти три основні напрями реалізації відповідних заходів:

1) удосконалення інституційного середовища: цей напрям охоплює всю сукупність формальних і неформальних інститутів, на які держава впливає відповідно прямо й побічно; основна увага повинна приділятися спрощенню системи регулювання й особливо процедури започаткування бізнесу, зниженню адміністративних бар'єрів (і пов'язаних із ними фінансових вимог), механізмів видачі необхідних дозволів (ліцензій на діяльність, сертифікатів на продукцію тощо); окрему увагу слід приділяти інформуванню малих підприємств про зміни в законодавстві, стандартах та ін.;

2) розширення доступу до капіталу: необхідно стимулювати появу спеціальних програм кредитування МБ приватними фінансово-кредитними установами, зробивши цей ринок максимально конкурентним; при наявності вільних ресурсів держава через різні механізми (у тому числі із залученням приватних структур) має забезпечити додаткове пільгове кредитування малих інноваційних підприємств; необхідно сприяти розвитку ринку венчурного капіталу (його формального та неформального сегментів), прискорено можуть формуватись регіональні фонди підтримки інноваційного підприємництва (за рахунок коштів державного національного та місцевих бюджетів);

3) створення нових можливостей для співробітництва: цей напрям охоплює взаємодію малих

підприємств між собою, а також МБ, з одного боку, великого бізнесу й державних установ (університетів), з іншого; нові можливості передбачають, насамперед, удосконалення (спрощення) правил безперервного партнерства й поглибленого співробітництва, а також створення необхідної інфраструктури співробітництва (інформаційні мережі та портали, центри співробітництва) та розповсюдження інформаційних технологій.

Висновок

Таким чином, еволюція концепції підприємництва відбувалась у контексті перетворення економічного укладу. Її ретроспективний аналіз, а також дослідження основних ідей у цій сфері дозволяє розширити сучасні уявлення про підприємництво, доповнивши їх новими положеннями щодо ролі МБ в економіці та інноваційному процесі. Це має стати основою для наукового обґрунтування заходів державної підтримки МБ, які повинні сприяти розвитку цього різновиду підприємництва. У перспективних дослідженнях за окресленим напрямом передбачається узагальнити уявлення про основні елементи інституційного середовища, що необхідні для підтримки інноваційної діяльності МБ.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Пустовійт Р. Ф. Формування інституційного середовища підприємництва в трансформаційній економіці : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : спец. 08.01.01 "Економічна теорія" / Р. Ф. Пустовійт. - К., 2006. - 36 с.
2. Франовская Г. Н. Малый бизнес / Г. Н. Франовская. - Воронеж : ИПЦ ВГУ, 2007. - 182 с.
3. Fayolle F. L'odysee d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur / F. Fayolle, A. Toune // Problemes econ. - P., 2007. - № 2918. - P. 7-16.
4. Entreprise et mondialisation: "Small is beautiful" // Problemes econ. - P., 2007. - № 2918. - P. 19.
5. Baumol W. J. Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine / W. J. Baumol // Small business economics. - Dordrecht etc., 2004. - Vol. 23. - № 1. - P. 9-24.
6. Eliasson G. William J. Baumol: An entrepreneurial economist on the economics of entrepreneurship / G. Eliasson, M. Henrekson // Small business economics. - Dordrecht etc., 2004. - Vol. 23. - № 1. - P. 1-7.
7. Isenberg D. J. How to start an entrepreneurial revolution / D. J. Isenberg // Harvard business rev. - Boston, 2010. - Vol. 88. - № 6. - P. 41-50.
8. Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок / Ф. Хайек. - М. : Издательство, 2000. - 256 с.

V. Orlova

EVOLUTION OF THE CONCEPT OF ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS DEVELOPMENT

In the article the evolution of the concept of the entrepreneurship in modern economic theory was considered. The factors contributing to and hindering the development of small businesses. The directions of its state support.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur, small business, institutional environment, large enterprise, innovation.

© В. Орлова

Надійшла до редакції 12.09.2011