

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М.П.ДРАГОМАНОВА

На правах рукопису

СКАЧКО ОЛЕНА ВАЛЕРІЇВНА

УДК.: 141.7:796.5:379.85

**СИНЕРГЕТИЧНИЙ ДИСКУРС СТАНОВЛЕННЯ
СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ**

09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата філософських наук

Науковий керівник:
Базалук Олег Олександрович,
доктор філософських наук, доцент

Київ-2010

ЗМІСТ

| | |
|--|------------|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1 ІСТОРИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ | 14 |
| 1.1. Соціально-філософський сенс концепту «синергетичний дискурс сучасної підприємницької діяльності» | 14 |
| 1.2. Ретроспективний аналіз становлення підприємництва в Україні..... | 32 |
| 1.3. Принципи і методи дослідження синергетичного дискурсу підприємництва | 49 |
| РОЗДІЛ 2 ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ | 67 |
| 2.1. Самоорганізаційний потенціал сучасного підприємництва..... | 67 |
| 2.2. Державне регулювання як зовнішній чинник управління розвитком сфери сучасного підприємництва | 88 |
| 2.3. Свобода підприємницької діяльності як критерій ефективності державного регулювання розвитку підприємництва | 108 |
| РОЗДІЛ 3 ПРАКСІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ | 131 |
| 3.1. Українське підприємництво як складова світового і європейського ринку | 131 |
| 3.2. Підприємництво Запорізького регіону як складова вітчизняного ділового світу | 160 |
| 3.3. Провідні тенденції та перспективи розвитку підприємницької діяльності в умовах України..... | 178 |
| ВИСНОВКИ | 210 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 215 |

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена існуючими суперечностями в процесі переходу України до ринкової економіки, що тісно пов'язані з виникненням та різнобічним прогресивним розвитком підприємницького сектора, з формуванням нових форм господарської діяльності. Тому важливою складовою сучасних модернізаційно-трансформаційних перетворень в усіх сферах суспільного життя, зокрема в процесі побудови ринкових відносин, постає розвиток і зміцнення сфери підприємництва. Підприємництво є необхідною рисою ринку, його обов'язковим атрибутом, і навпаки – показником його зрілості. Подолання Україною технологічного і статусного відставання від розвинених країн неможливе без інтенсивного розвитку підприємництва, без створення необхідних юридичних, фінансових, політичних і соціально-психологічних умов для збільшення числа підприємців і вияву ними господарської ініціативи.

Натомість задекларовані на концептуальному і стратегічному рівнях реформи економічної підсистеми суспільства не отримують послідовного впровадження на тактичному і повсякденному рівнях. У результаті стан розвитку українського підприємництва лишається дуже слабким, суперечливим, із чисельністю невирішених аспектів. На тлі формально закріплених нормативних засад підприємницької діяльності в українському законодавстві, реальність демонструє, що процеси трансформації соціально-економічної сфери в Україні надмірно затяглися, і це починає вже породжувати і вторинні проблеми: підприємці, започаткувавши власний бізнес, для власного виживання змушені порушувати закони через їх несправедливість; така необхідна для ринку приватизація обертається продажем підприємств за кордон; при всіх намаганнях відокремити підприємництво від політичної влади відстань між ними тільки зменшується.

Загалом, складається враження, що Україна намагається розв'язати проблеми у сфері підприємництва на якомусь поверхневому рівні, а причини їх лежать набагато глибше: не в економічній і не в політичній підсистемах, а в суспільній свідомості і психології, в етнонаціональній культурі і господарському менталітеті. Це підсвідомі і свідомі чинники, на які часто не звертають увагу, але які неминуче впливають на нашу діяльність, у тому числі і в соціально-економічній галузі.

В останнє десятиліття вітчизняні вчені все впевненіше відчують себе у спробах застосовувати досить конструктивний інструментарій вивчення таких глибинних, історично сформованих чинників, які природним (ненасильницьким) чином детермінують суспільну поведінку. Цей методологічний інструментарій отримав назву «синергетика». І якщо наприкінці минулого століття вчені переймалися тим, щоб обґрунтувати можливість її застосування для аналізу соціальних систем і процесів, то сьогодні вже все активніше апробовують її дію на окремих прикладних і наукових проблемах.

Застосування синергетичної призми для розгляду актуальної проблематики підприємництва допоможе розв'язати проблемну ситуацію, змістом якої є теоретико-практичний розрив між чисельністю напрацьованих з рекомендаційними заходами з удосконалення вітчизняної сфери підприємництва – і тим, що вони не реалізуються на практиці. Все свідчить на користь поверховості запропонованих рекомендацій – для того ж, щоб дослідити глибинні чинники становлення і розвитку підприємництва в Україні, доцільно зануритись у синергетичну парадигму.

Зміст зазначеного теоретико-практичного розриву складає істотна суперечність: підприємці-практики, так само, як і представники органів влади дійсно потребують виважених настанов щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності та управління нею, адже сьогодні всі лише вчаться жити в умовах ринку. Однак наявні рекомендації сформульовані в своїй домінуючій більшості чистими теоретиками, з властивою їм науковою

академічністю і відірваністю від конкретних «дріб'язкових» проблем бізнесової реальності. Очевидною і нагальною є потреба у холистичному підході до дослідження українського контексту проблематики підприємництва.

Стан наукового опрацювання проблематики підприємництва демонструє, що в такому ключі цей предмет досі не досліджувався. Однак, міждисциплінарність підприємництва є додатковим аргументом на користь застосування до його вивчення синергетичної методології, яка є конструктивною складовою сучасних наукових досліджень. Вони проводяться у галузях економіки, філософії, соціології, психології, політології тощо. Розвідки з формування підприємницької або економічної свідомості зустрічаються навіть у педагогічній науці.

Необхідність світоглядно-філософського осмислення економічного буття суспільства підкреслювалася ще у теоретичних пошуках Ксенофонта, Платона та Аристотеля. Філософія економіки як відносно самостійна галузь науки започатковується у працях М. Вебера, В. Зомбарта, Б. Кроче, К. Маркса, Дж. С. Міля та А. Сміта. У теоретичних надбаннях Ф. фон Гаєка, Г. Зіммеля, Л. фон Мізеса та К. Поппера, а також С. Булгакова та Б. Яковенка, філософія економіки детально аналізується і визначається за своїм предметом та основними функціями.

У кінці ХХ – на початку ХХІ століть інтенсивний розвиток філософсько-економічного знання сприяв остаточному формуванню філософії економіки як самодостатньої системи, елементи якої відображено у працях Г. Беккера, Ю. Габермаса, К. Гоманна, П. Дракера, М. Кастельса, П. Козловські, Н. Лумана, Ф. Міровські, К. А. Нордстрема, Й. Ріддестрале, А. Ріха, О. Тоффлера, П. Ульріха, Ф. Фукуями, Н. Хомського та Р. Л. Хайлбронера. Дослідницькі традиції філософії економіки розкриваються в контексті філософії господарства (Ю. Осіпов, А. Неклесса, Р. Ніжегородцев, А. Самсін, А. Субетто, В. Чекмарев, Л. Лесков, Л. Тутов та ін.) та філософії бізнесу (К. Татеісі, К. А. Нордстрем, Й. Ріддестрале, М. Іщенко, Ю. Лазарчук, І. Руденко, В. Яценко, А. Герасимчук, З. Тимошенко, С. Шейко та ін.).

Дослідженням підприємництва протягом XVII-XIX ст. займалися відомі західні вчені А. Сміт, Ж.-Б. Сей, Й. фон Тюнен, Ф. Найт, Д. Рікардо, К. Маркс, А. Маршал, М. Вебер, В. Зомбарт, Дж.-Б. Кларк, Л. Вольрас, В. Парето, Й. Шумпетер, Х.фон Хайек та інші. Найбільший вагомий внесок у розробку теорії підприємництва зробив американський вчений, видатний економіст Йозеф Шумпетер, який зазначав, що підприємець – це творець інновацій, а інновація є дітищем підприємництва, підприємницьку функцію ототожнював із функцією економічного лідерства і новаторства. Підприємець – це особистість, яка відрізняється поведінкою та мотивами діяльності, інтуїцією та вольовими рисами, інтелектом і світоглядом, що постійно долає інерцію, пов'язану із звичками та традиціями. Головний його противник – опір зовнішнього середовища, тому новаторство підприємця – це джерело загального руху і констатуюча ознака.

В Україні вивчення проблем підприємництва більше за все активізувалося в останні роки, значний доробок внесли вчені В.Андрущенко, В. Богданов, О. Власюк, В. Воронкова, І. Добронравова, К. Жоль, М. Іщенко, А. Кавалеров, В. Кремень, М. Михальченко, М. Міщенко, І. Надольний, В. Пилипенко, В. Плавич, В. Скуратівський, Є. Суїменко, В. Шелюк та багато інших вчених. У вітчизняній науковій літературі підприємця визначають як суб'єкта ринкового процесу, який ініціює бізнес з метою отримання прибутку.

Підприємництво як феномен, в центрі якого знаходиться творча, ініціативна, новаторська продуктивна діяльність, активно досліджується з позицій діяльнісного підходу. Зокрема, розробці теоретико-методологічних аспектів діяльності та поведінки людини, понятійного апарату присвячені праці В.Врублевського, А. Добролюбського, І. Єршової-Бабенко, Т. Заславської, Н. Паніної, В. Прошкіна та ін. Питання трудової діяльності особистості, розвитку підприємництва, трудової поведінки економічної діяльності людини вивчали Л. Бляхман, А. Вишневський, Ф. Генон, Є. Головаха, Н. Наумова, А. Омаров, В. Пилипенко, А. Ручка та ін.

В дослідженнях з підприємництва накопичені дані, що дають можливість виокремити деякі якості особистості, які визначають схильність людини до успішної підприємницької діяльності (Л. Бурлачук, А. Герасимчук, С. Максименко, Ю. Трофімов, В. Татенко, А. Коваленко, В. Панок, М. Корнєв, Ю. Швалб, Е. Носенко, К. Веспер; Р. Блокгауз, П. Горвіц; К. Варне). Тісний взаємозв'язок процесу формування професійних якостей підприємницької діяльності з творчим потенціалом особистості розкрито в роботах вітчизняних вчених (О. Бондаренко, В. Колот, В. Костюк, О. Левцун, Л. Лисенко, М. Міщенко, Ю. Пачковський, Н. Побірченко, С. Покропивний, О. Сергєєнкова, М. Соболев, Ю. Швалб та ін.).

Треба зазначити, що у вітчизняній соціальній філософії, соціології і політології актуальні соціально-психологічні, соціокультурні та моральні аспекти підприємницької діяльності довгий час залишалися поза увагою вчених. Однак у публікаціях останніх років (Г. Горак, І. Березко, Я. Ніколаєнка, Н. Наумової, П. Гайдєнка, А. Єрмоленка та ін.) помітна стійка тенденція перенесення акценту уваги авторів на важливі суб'єктивні сторони економічного процесу, що пов'язані із проявом економічної свідомості особистості.

З іншого боку, оскільки до роботи цілеспрямовано залучається синергетична методологія, слід спиратись і на розвідки класиків «філософії нелінійності»: Г. Хакєна, І. Пригожина, І. Стєнгєрс – та українських і російських «синергетиків»: В. Аршинова, В. Бєха, В. Бранського, В. Буданова, Л. Горбунової, І. Добронравової, Р. Зобова, В. Кєласєєва, О. Князевої, С. Курдюмова, В. Лутая, Г. Малинецького, Г. Нєстерєнко, М. Ожєвана, І. Предборської, Г. Рузавіна, В. Цикіна. Особливо доречними і адекватними дослідженню будуть праці О. Астафєєвої, Л. Бєвзєнко, В. Василькової – тому що в них автори звертаються до вивчення ірраціональної, психологічної складової самоорганізації людської діяльності і соціальних систем загалом. Корисність і конструктивність застосування синергетичного підходу до аналізу явища підприємництва пов'язана з тим, що він базується на ідеї самоорганізації

особистості і спільноти в їх діяльності. Саме явище підприємництва споріднене синергетичній діяльності: вони обидва характеризуються інноваційністю, нелінійністю мислення, емерджентністю, потребують злагодженої командної співпраці для досягнення високих результатів.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація є складовою науково-дослідної роботи, що виконувалась у Національному педагогічному університеті імені М.П.Драгоманова протягом 2005-2007 років, а саме: «Саморегуляція соціального організму країни» (номер держреєстрації 0105U000447), а також науково-дослідної роботи «Громадські організації як чинник демократизації суспільства» (номер держреєстрації 0108U000361), що виконується на замовлення Міністерства освіти і науки України. Тема дисертації затверджена Вченою радою Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (протокол №4 від 26 грудня 2006 року).

Мета дослідження – сформулювати синергетичний дискурс феномена підприємництва та механізмів його становлення в сучасних українських умовах.

Для досягнення мети необхідно виконати низку **дослідницьких завдань**:

- уточнити зміст концепту «синергетичний дискурс сучасної підприємницької діяльності» з позицій соціальної філософії та філософії історії;
- проаналізувати історичний процес становлення підприємництва в Україні;
- сформулювати методологічний інструментарій дослідження і обґрунтувати вибір відповідних принципів і методів;
- розкрити самоорганізаційний потенціал феномена підприємництва як підставу його становлення;
- з'ясувати основні параметри і принципи державного регулювання підприємництва та розвитку останнього;
- ідентифікувати свободу підприємницької діяльності як критерій ефективності державного регулювання розвитку підприємництва;

- дослідити загальні і специфічні характеристики українського підприємництва як складової світового і європейського ринку;
- вивчити особливості підприємництва Запорізького регіону, виділивши загальні і специфічні проблеми у цій сфері;
- конкретизувати провідні тенденції та перспективи розвитку підприємництва в умовах сучасної української дійсності.

Об’єктом дослідження є підприємництво як комплексний соціальний феномен.

Предмет дослідження – оптимізація підприємництва в сучасних українських умовах в контексті синергетичного дискурсу.

Методологічну базу дослідження складають філософські положення про сутність духовної детермінації поведінки особистості і суспільства, процеси самоорганізації та управління. Доречним є філософський плюралізм, що тяжіє до побудови теорії позакласового, здеполітизованого та здеідеологізованого гатунку. Методологічний фундамент роботи міститься в рамках діалектичного і синергетичного підходів. Перший орієнтує на вивчення всіх явищ у їх взаємозв’язку і постійному розвитку, тому тільки за допомогою принципів діалектики можна змоделювати механізм детермінації підприємницької діяльності у діалектичній єдності її внутрішніх чинників і зовнішнього державного регулювання. Синергетичний підхід розвиває і поглиблює зміст діалектичного, наголошуючи на самоорганізації соціальних систем, нелінійності розвитку, можливостях резонансного впливу на процеси саморозгортання соціального світу. Важливими для формування концепції стали принципи холізму, історизму, взаємозв’язку історичного і логічного, принципи сходження від абстрактного до конкретного і взаємозв’язку теорії з практикою. Активно залучено також методологію діяльнісного підходу з урахуванням внутрішніх сутнісних факторів реалізації особистості підприємця, його діяльності і свободи. У рамках означених методологічних підходів і принципів дослідження провідними методами виступили: абстрагування,

ретроспективний аналіз, гіпотетико-дедуктивний метод, аналогія, моделювання, систематизація, узагальнення та актуалізація.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що у дисертації здійснено ґрунтовне теоретичне дослідження явища саморозгортання підприємництва. Зокрема, зосереджена увага на висвітленні таких положень:

Вперше:

- комплексно проаналізовано феномен підприємництва із застосуванням методології синергетики, що включає виявлення його природи, джерел, сутнісних рис, елементів, що дало можливість створити соціально-філософську модель детермінації саморозгортання сучасної підприємницької діяльності. У цій моделі роль підстави виконує самоорганізаційний потенціал підприємництва, а умов – державне регулювання;

- обґрунтовано погляд, що підприємництву властивий власний самоорганізаційний потенціал, який складається з потреб підприємця в самореалізації і досягненні соціального успіху і з його здібностей (комплексно втілених у підприємливості) – і відповідної їм потреби пересічних громадян у споживанні;

- виявлено головний критерій ефективності державного регулювання розвитку підприємництва в сучасних умовах, чим є свобода підприємницької діяльності. Її оптимальна міра визначена співвідношенням між внутрішньою і зовнішньою свободою, а в числовому вираженні – інтервалом ентропійного коридору;

- сформульовано принципи оптимізації процесу становлення підприємництва в сучасних українських умовах, які ґрунтуються на першочерговій необхідності формування відповідної організаційної культури підприємництва, що сприятиме утвердженню відповідного актуальним тенденціям підприємницького типу особистості. Підкреслено, що це природний самоорганізаційний процес, який потребує певних ініціатив з боку держави.

Набуло подальшого розвитку:

- соціально-філософське розуміння державного регулювання

підприємництва, роль якого не зводиться до стимулювання чи обмеження підприємницької діяльності або спрямування її в соціально-корисне русло, а включає також вплив на стихійний процес утвердження актуальної підприємницької культури. Державне регулювання підприємництва подано як єдність чинників прямого і опосередкованого впливу, що діють на загальнонаціональному, регіональному, галузевому і корпоративному рівнях;

– уявлення про специфіку саморозгортання підприємництва в просторі української дійсності, яка визначається проблемами і перспективами, пов'язаними не тільки з економікою перехідного періоду, а і з трансформацією організаційної свідомості;

– тлумачення і конкретизація проблем, що перешкоджають розвитку української сфери підприємництва, серед яких виокремлено поверхневі проблеми – вирішення яких залежить практично повністю від органів державної влади – і глибинні перешкоди, що мають ментальну природу і повинні вирішуватись природним чином (але вирішення яких може і повинна ініціювати держава).

Уточнено:

– сутність підприємництва як складного багатогранного соціально-економічного феномену, орієнтованого на максимальне задоволення комплексу людських потреб: споживання і творчої самореалізації. Показано, що його зміст розкривається такими основними аспектами: сукупність суспільних процесів і інститутів, підприємницька діяльність як специфічна практична активність людини, підприємливість як здібність особистості;

– основні параметри оцінки стану інтеграції українського підприємництва в європейський і загальносвітовий ринок праці – продемонстровано, що на зовнішньому офіційно-нормативному рівні українське підприємництво вже стало органічною складовою європейського ринку праці, але на базовому рівні цьому перешкоджає невідповідність вітчизняної підприємницької культури актуальним загальносвітовим тенденціям, нерозвиненість організаційної свідомості і організаційної культури.

Теоретичне і практичне значення дослідження полягає у тому, що засобами філософського аналізу створено концептуальний підхід до розробок різних аспектів проблематики підприємництва в умовах переходу суспільства від планової до ринкової економіки, для подальшого дослідження закономірностей і механізмів підприємницької діяльності. Висновки роботи можуть бути використані для перспективних наукових розвідок філософами, соціологами, соціальними психологами, політологами, фахівцями із державного управління. Результати проведеного аналізу сутності підприємництва, зовнішніх і внутрішніх чинників підприємницької діяльності, її державного регулювання в сучасній Україні можуть знайти застосування під час викладання відповідних тем з філософії економіки, соціальної філософії, соціальної психології та синергетики у середніх спеціальних та вищих навчальних закладах. Розроблені принципи оптимізації розвитку підприємництва можуть бути враховані при розробці державної політики та стратегічних планів роботи органів місцевого самоврядування у сфері малого і середнього бізнесу.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та висновки дисертації обговорювалися на засіданні кафедри управління та євроінтеграції Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, були оприлюднені на низці міжнародних та всеукраїнських конференцій, а саме: Міжнародній науковій конференції «Другі міжнародні драгоманівські читання» (Київ, 2006); Міжнародній науковій конференції «Треті драгоманівські читання» (Київ, 2007); Міжнародній науково-теоретичній конференції «Соціокультурна інтеграція в контексті викликів XXI століття» (Київ, 2007); Міжнародній науковій конференції «Четверті юридичні читання» НПУ імені М.П. Драгоманова (Київ, 2008); Міжнародній науково-практичній конференції «Соціально-економічні фактори розвитку України в умовах глобалізації» (Київ, 2008); Міжнародному інноваційному форумі «Освіта, наука та виробництво у регіональному розвитку» (Чернігів, 2008); Міжнародній науково-практичній конференції «Формування парадигми євроінтеграційної політики України

XXI століття» (Запоріжжя, 2008); Міжнародній науковій конференції «П'ять юридичні читання» НПУ імені М.П. Драгоманова (Київ, 2009); Міжнародній науково-практичній конференції аспірантів, молодих вчених та студентів «Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку в трансформаційний період» (Чернігів, 2009).

Публікації. Основні положення дисертації відображено у 3 наукових публікаціях, що визнаються ВАК України як фахові з філософських наук.

Структура роботи обумовлена завданнями дослідження і складається зі вступу, трьох розділів (поділених на підрозділи), висновків і списку використаних джерел (185 найменувань). Загальний обсяг дисертації – 215 сторінок, основна частина – 195 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ІСТОРИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ

1.1. Соціально-філософський сенс концепту «синергетичний дискурс сучасної підприємницької діяльності»

Для формування комплексного концепту «синергетичний дискурс сучасної підприємницької діяльності» нам необхідно по черзі конкретизувати зміст його основних компонентів: «синергетика», «синергетичний», «дискурс», «підприємницька діяльність».

Термін «синергетика» первісно походить від слова «синергія», що означає сумісну, узгоджену дію. Одні дослідники розуміють синергетику як нетрадиційний світогляд, як нову наукову парадигму, як міждисциплінарний напрямок, як узагальнюючу науку, як інноваційний метод наукового пізнання тощо. Інші розцінюють її як суто об'єднуючий лозунг, «який не має жодного іншого призначення, окрім декларативного [148, с. 74]».

До різних поглядів на сутність синергетики висуваються і обґрунтування, і заперечення. Так, розуміння синергетики як принципово нової парадигми, вслід за Т. Куном, передбачає становлення панівної системи наукових ідей через перерив поступовості у розвитку науки [97, с. 61]. В якості недоліку такої методологічної моделі вказується те, що цей погляд не враховує моменту спадкоємності у розвитку наукового знання [47, с. 11].

Ми приєднуємося до точки зору, що стосовно сучасного соціально-філософського дослідження синергетика виступає відносно новою дослідницькою програмою і, відповідно, її можна розглядати як форму теоретичного освоєння дійсності [47, с. 43]. Для розкриття багатоманітності її функцій доцільно виокремлювати принаймні три основні аспекти тлумачення синергетики:

1) світоглядний – синергетика як нова форма діалогу людини з природою та людини з людиною;

2) концептуальний – синергетика як універсальна теорія самоорганізації складних систем;

3) методологічний – синергетика як міждисциплінарна методологія дослідження розвитку складних систем [див.: 113, с. 37; 119, с. 71-76].

Отже, в нашому дослідженні термін «синергетичний» в контексті тлумачення підприємництва означає – такий, що спирається на постнекласичну теорію і методологію самоорганізації складних систем і розкривається через принципи нелінійності, нерівноважності, емерджентності і т.п. [дет. див.: 9; 10; 11; 12; 21; 22; 24; 83; 100; 111; 120; 177; 178].

Наступне складове поняття – «дискурс» – пов'язане з певними складностями в його визначенні. Йдеться про деяку розпливчастість і не остаточну визначеність цього терміна у вітчизняній літературі. Адже, незважаючи на те, що поняття «дискурс» було розроблене західними науковцями ще в 60-ті роки ХХ століття, воно досі не набуло єдиного змісту і його використання різними дослідниками має різні відтінки.

Згідно словника іншомовних слів, термін «дискурсивний» походить від латинської «discursivus» (від «discursus» – міркування, довід, аргумент) і означає той, що здійснюється шляхом логічних міркувань, розсудковий, опосередкований [160, с. 215]. Отже, в найширшому значенні дискурс означає міркування, яке використовує поняття з чітко визначеним змістом, побудоване відповідно загальноновизнаним правилам логіки та граматики. Дискурс також визначають як вербально артикульовану форму об'єктивації змісту свідомості, як рефлексовану мовленнєву комунікацію, що припускає самоцінну процесуальність проговорення всіх значущих для її учасників аспектів [8, с. 24].

У соціальній філософії теорія дискурсу є одним із важливих напрямів постмодернізму, методологія якого оформлюється на перехресті постмодерністської філософії мови, семіотики, лінгвістики та когнітивної антропології. Слід зазначити, що до проблемного поля сучасної інтерпретації

дискурсу належать такі аспекти, як проблема співвідношення дискурсу з ідеологією (М. Пеше, Ж.-Ж. Куртин, П. Серіо), проблема семіотичного потенціалу дискурсивних середовищ (П. Анрі, К. Арош, Ж. Гійом), методологічні проблеми аналітик дискурсу (Р. Робер, Е. Пучініеллі Орланді), проблема Іншого в контексті дискурсивних практик (Ж. Отье-Ревю) тощо.

Як вказують В. Бех і А. Гашенко, поняття дискурсу, що спочатку розроблялося, як відомо, в галузі лінгвістичних наук, дедалі більше поширюється на інші сфери знання і набуває щораз ширшого тлумачення. Початково дискурс розглядався як дискурс мови та мовлення і стосувався різного роду мовлених, писаних, читаних текстів. Таким чином, на думку авторів, дискурс може розумітися як «спосіб мовленнєвого когнітивного конструювання [15, с. 14-15]».

Нас цікавить у першу чергу дискурс соціальний, який передбачає вид такої мовної комунікації, яка досягається в обговоренні, співставленні та обґрунтуванні різних думок, програм і позицій соціальних суб'єктів у процесі їх взаємодії з метою вироблення спільної думки, позиції соціальної групи, суспільства, держави. Тобто учасниками дискурсу виступають учасники соціальних відносин в їх сукупності, яка інтегрована індивідами як представниками спільнот в процесі сумісної діяльності в конкретних умовах і яка проявляється в їх ставленні один до одного, до свого становища в суспільстві, до явищ і процесів суспільного життя.

Можна виділити два напрями дослідження соціального дискурсу. Перший найбільш повно представлений в дискурсивній концепції влади М. Фуко, а другий пов'язаний із творчістю Ю. Хабермаса, який використовує дискурс для прояснення комунікативної дії та розуміє під ним обговорення, породжуване публічною сферою. Оскільки в даному контексті нас цікавить методологія, а не реальність, ми також розглядатимемо дискурс як форму комунікації та аргументації, у зв'язку з чим слід детальніше зупинитися на позиції Ю. Хабермаса.

У розумінні Ю. Хабермаса (а також К.О. Апеля та інших) дискурс виступає формою чи способом комунікації, а конкретніше – таким способом комунікації, в якому зіштовхуються різні висловлювання, які явно чи приховано домагаються набуття загальної значущості. У своїй роботі «Теорія комунікативної дії» (1981 р.) Ю. Хабермас розробляє погляд, що норми соціального життя та соціальної дії встановлюються в результаті «формально-прагматичного дискурсу», коли повинен перемогти «непримушений примус» з боку найкращого аргументу. При цьому Ю. Хабермас визначає позитивну роль дискурсу, яка, на його думку, полягає в таких складових:

- дискурс виступає засобом соціалізації, освіти та виховання;
- дискурс як форма комунікації втягує людей до відносин визнання, в процесі чого висловлювання іншого розуміються, рефлектуються, інтерпретуються, критикуються і – врешті-решт – приймаються чи відкидаються;
- дискурс змушує висловлювати власну думку від першої особи;
- дискурс сприяє досягненню консенсусу.

Стосовно останнього варто конкретизувати, що тільки діалогічний дискурс сприяє досягненню консенсусу, адже загалом існує два засоби організації дискурсу: авторитарний (що є директивним мовним актом без права свободи на альтернативну дію з боку адресата) [див.: 144, с. 54] і діалогічний (як логічно правильна модель і послідовна діалогічна дискусія, модель розумної та вільної від панування розмови, яка відтворює консенсус [див.: 167, с. 18]. Як свідчить аналіз, при такому поділі саме діалогічний дискурс відбиває здатність до аргументативного досягнення згоди та підставою етичного принципу взаємності.

Найбільш конструктивним і корисним для завдань даного дослідження є визначення дискурсу, сформульоване А. Міллером, яке детально розкриває зміст саме соціального дискурсу. Згідно з цим визначенням, дискурс – це складений і закріплений у мові спосіб упорядкування дійсності, спосіб бачення світу, який виражається в найрізноманітніших (не тільки вербальних)

практиках і, таким чином, не тільки відображує світ, але й проектує його та активно творить. Іншими словами, поняття «дискурс» включає суспільно прийнятні способи бачення та інтерпретації оточуючого світу та впливаючі саме з такого бачення дії людей та інституційні форми організації суспільства [109, с. 7].

Отже, *синергетичний дискурс* у соціальній філософії можна визначити як сукупність різних тлумачень певного суспільного явища, які обмежені рамками синергетичної парадигми і відповідають основним принципам теорії і методології самоорганізації складних систем. Синергетичний дискурс, таким чином, передбачає не лише врахування плюралізму поглядів на явище, але й визначення всіх аспектів цього явища, створення певного теоретико-методологічного комплексу принципів і закономірностей, які пояснюють його функціонування і розвиток.

Далі нам треба уточнити соціально-філософське навантаження термінів «підприємництво» і «підприємницька діяльність».

Загалом, нескладно помітити визначений полісемантизм у поглядах науковців на феномен підприємництва, що можна вважати наслідком багатоаспектності його проявів і функцій. Право на існування мають різні визначення підприємництва, при цьому йдеться лише про різні рівні аналізу і різні акценти в узагальненні підприємницького феномена.

Отже, яким є сучасне тлумачення підприємництва і підприємницької діяльності?

Н. Кульбіда, досліджуючи підприємництво з позицій педагогічної та вікової психології, визначає його як реалізацію в економічній сфері діяльності, що вимагає ризику, створення нового та отримання задоволення від досягнутого у вигляді матеріального здобутку, специфічної якості особистості – суб'єктності [96, с. 9].

Підприємництво визначають і як діяльність: це «ініціативно-господарська діяльність суб'єктів різних форм власності в межах діючого законодавства на свій ризик і під власну фінансову та майнову відповідальність [53, с. 95]».

С. Фаренік, проводячи філософський аналіз природи підприємництва як різновиду соціальної практики на тлі діалектики соціального управління, робить висновок, що підприємництво як економічне явище, виникає за умов наявності двох взаємопов'язаних обставин: організаційно-господарського новаторства і економічної свободи. Інші його характеристики – ризик, прийняття рішення, лідерство, володіння ресурсами тощо – є або похідними, або необов'язковими, або доповняльними. Ключовою рисою підприємництва є автономність прийняття рішення, без чого нова комбінація виробничих факторів неможлива ні економічно, ні організаційно, ні психологічно [169, с. 21].

До інших ключових ознак підприємництва відносять:

- свободу вибору напрямів і методів діяльності;
- самостійність у прийнятті рішень;
- свободу попиту і пропозиції робочої сили;
- орієнтацію на досягнення комерційного успіху (зиску);
- постійну наявність чинника ризику;
- інноваційний характер діяльності;
- нестандартність вчинків;
- відповідальність суб'єкта підприємництва за прийняте рішення і його

наслідки [див. про це також: 75, с. 135].

Завдяки сукупності всіх цих ознак підприємницька діяльність становить своєрідний стиль ведення господарства в складних умовах багатьох соціально-економічних зв'язків і неоднозначних ситуативних обставин внутрішнього і зовнішнього середовища.

М. Титарчук будує свою концепцію на взаємозв'язку підприємництва з трудовою поведінкою і дає наступну дефініцію: підприємництво – це не будь-яка суспільно корисна діяльність, а тільки та, що характеризується особливими ознаками, такими як економічна самостійність, ініціативність, творче новаторство, інноваційність, системність, майнова відповідальність, здійснюється з метою одержання підприємницького прибутку.

Підприємництво – це складна система життєдіяльності, в центрі якої стоїть підприємець-господарник, організатор, яка складається з сукупностей трудових, поведінкових комплексів вчинків та дій особистості [165, с. 11-12]. В узагальненому формулюванні в його дисертації поняття «підприємництво» визначається як метод господарювання особистості з особливим мисленням, соціально-економічною та трудовою поведінкою. У такий спосіб вже усталені у вітчизняній науковій літературі визначення поняття «підприємництво» доповнюються як «ініціативний вид діяльності людини з метою досягнення високого соціально-економічного або морально-психологічного результату, що пов'язано з поєднанням або комбінуванням виробничих факторів [165, с. 5]».

У деяких визначеннях підприємництво тлумачиться як специфічний стиль поведінки: це «особливий новаторський, антибюрократичний стиль господарської поведінки, в основі якого – постійний пошук нових можливостей і ресурсів [52, с. 9]». Це також певний нетрадиційний тип мислення, постійний пошук новизни, нових засобів досягнення цілей.

Підприємництво – це вільна ініціатива людей в господарській діяльності, спосіб організації економічних сил. Іншими словами, це випробуваний в світовій практиці спосіб ефективної організації виробництва. Існування підприємництва – обов'язкова умова функціонування здорового ринку.

На основі проведеного аналізу визначення підприємництва такими вченими, як Г. Геєць, М. Михальченко, В. Пилипенко, І. Прокопенко, В. Акопян у своїй дисертації формулює узагальнене визначення: підприємництво є особливий вид суспільної діяльності (виробничої, організаційної, господарської, управлінської тощо), спрямованої на виготовлення продукції або надання послуг з метою отримання прибутку. У даному визначенні підкреслюється «суспільний характер» підприємництва, який не втрачається навіть тоді, коли воно здійснюється індивідуально. Одночасно наголос робиться на індивідуальній ініціативі і відповідальності, що дає підприємству відповідні переваги. У дисертації зазначається, що базуючись на активному впровадженні інновацій і нових технологій, активному

творчому пошукові і комбінаційній організації, підприємство формує суб'єкта нового типу, провідними характеристиками якого є високий (як правило, раціоналізований) прагматизм, готовність до ризику, самостійність, прагнення до отримання прибутку, орієнтації на сьогоднішній день [3, с. 13].

Можна сказати, що підприємство – складне соціально-економічне явище. З розвитком ринкових відносин та економіки, як науки, змінювались умови підприємницької діяльності. Разом з ними змінювались функції та ролі підприємців в суспільстві. І якщо існує безліч визначень підприємства, то термін соціальне підприємство є досить новим [див.: 1, с. 51].

Існує декілька варіативних підходів до визначення категорії підприємства. Зокрема:

- підприємство як економічна категорія – є особливий тип господарювання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва на інноваційній основі і власній відповідальності, організує і керує виробництвом з метою одержання підприємницького доходу;

- підприємство – вільне економічне господарювання у різних сферах діяльності (крім заборонених законодавчими актами), здійснюване суб'єктами ринкових відносин з метою задоволення потреб конкретних споживачів і суспільства в товарах (роботах і послугах) та одержання прибутку (доходу), необхідних для саморозвитку власної справи (підприємства) і забезпечення фінансових обов'язків перед бюджетами й іншими господарюючими суб'єктами;

- підприємство – це принципово новий тип господарювання, який базується на інноваційному поводженні власників підприємства, на умінні знаходити і використовувати ідеї, утілювати їх у конкретні підприємницькі проекти.

Сучасна економічна теорія визначає підприємство як ініціативну, самостійну господарську діяльність людей, що спрямовується на отримання

прибутку за допомогою організації і використання ресурсів в цілях виробництва і реалізації товарів.

Можна для прикладу навести й інший погляд на різні аспекти тлумачення підприємництва. З одного боку, підприємництво виступає як особливий вид господарської діяльності, в основі якої перебуває ряд умов та вимог (зокрема, свобода у виборі напрямків та методів діяльності, самостійність в ухваленні рішень, відповідальність за схвалювані рішення, орієнтація на досягнення комерційного успіху). З іншого боку, підприємництво – це певний стиль і тип поведінки. Складовими компонентами зазначених категорій є ініціатива, пошук нетрадиційних рішень, масштабність і ризик, ділова хватка, тощо. З третьої позиції, підприємництво є особливою функцією, що виконується в економіці. Йдеться про забезпечення розвитку і вдосконалення господарського механізму, постійне оновлення економіки, створення інноваційної сфери [2, с. 14-21].

Ми б додали ще один, четвертий аспект: з точки зору світогляду, підприємництво – це одна з моделей суспільних відносин.

Важливою рисою, суб'єктивною підставою підприємництва є *підприємливість* – як «вміння почати, взятися за що-небудь у потрібний момент, кмітливість, винахідливість, практичність [159, с. 369]». А підприємлива людина – «схильна, здатна до підприємливості, великих оборотів, смілива, рішуча, здатна на такі справи [40, с. 338]».

Підприємливість, таким чином, постає як здатність характеру (вроджена або набута). Вірніше, на наш погляд, говорити, що це є комплексна здатність, окремі компоненти якої вроджені, інші – набуті. Це комплексна властивість особистості, яка дозволяє їй швидко і ефективно розв'язувати проблеми і досягати поставлених цілей. Підприємливість як комплексна суб'єктивна здатність особистості до нестандартної, інноваційної, ризикованої господарської діяльності із залученням як логічного аналізу, так інтуїтивного передбачення лежить в основі підприємництва як феномена.

І. Добренко аналізує здатність до підприємництва, розкриваючи її як сукупність необхідних індивідуальних властивостей особистості, їх

професійно-орієнтованих параметрів, завдяки яким вона може виконувати підприємницьку діяльність [46, с. 4].

Отже, підприємництво – це комплексний феномен, до якого входить і людська діяльність з певними характеристиками, і сукупність процесів «виробництва – споживання – новаторства – конкуренції», і комплекс внутрішніх і зовнішніх умов для перебігу цих процесів, і державне регулювання цієї сфери.

У спільній монографії Є. Сірій та С. Фаренік визначають підприємництво, виходячи з аналізу природи людських потреб, прагнень, поведінки, характеру життєдіяльності – при цьому воно постає в них як «унікальний феномен, який базується на природі людини як споживача постійно зростаючих благ (як матеріальних, так і духовних) і як соціальної істоти, яка прагне в своїх поведінкових проявах до всіякого роду незалежної діяльності, автономії, індивідуальності». Автори також підкреслюють, що саме в підприємстві суб'єкт здобуває матеріальні та духовні блага і саме в ньому він може найбільше самореалізовуватись. Завдяки підприємницькій діяльності людина має найбільшу можливість добитись соціального та економічного піднесення і успіху [154, с. 49-50]. Підприємницька діяльність у згаданій монографії постає як «ініціативна, новаторська діяльність талановитих у господарському плані людей [154, с. 51]».

Таке розуміння підприємництва найбільше підходить і для нашої роботи, присвяченої соціально-філософському аналізу феномена – адже краще, ніж через діяльність і потреби людини навряд чи можна його визначити. Щоправда, чіткої дефініції як такої автори тут і не надають. Вони також чітко не розводять поняття «підприємництво» і «підприємницька діяльність».

На нашу думку, поняття «підприємництво», «підприємницька діяльність» і «підприємливість» – це три поняття для позначення різних сторін одного і того ж самого феномена. «Підприємництво» характеризує його об'єктивний бік – як явище суспільної дійсності. «Підприємливість» – внутрішньоособистісний зміст, як здатність або властивість окремого індивіда

до реалізації підприємництва. «Підприємницька діяльність» – поняття для позначення медіатора, посередника між суспільним і індивідуальним в цьому феномені: як будь-яка людська діяльність, вона і об'єктивна, і суб'єктивна одночасно.

Зрештою, всі існуючі дефініції можна поділити на два напрями: об'єктний і суб'єктний.

У рамках першого з них підприємництво розглядають як особливу ініціативну економічну активність дієздатних громадян, спрямовану на задоволення потреб суспільства і отримання особистого прибутку (М. Лапушта, Л. Г. Шаршукова); особливий творчий тип економічної поведінки, що складає необхідну основу досягнення економічного успіху (А. Агеєв, М. Грачов, Д. Кузін); спосіб життя або дій, одне із занять ділової людини (Т. Нельга); специфічний вид діяльності, що пов'язаний з ризиком організації нової, потенційно прибуткової справи (О. Омаров, В. Позняков, І. Ясін); особливий тип поведінки, зорієнтований на подолання існуючих стереотипів господарювання, спрямованість на нововведення та бажання залучати і використовувати для вирішення поставлених завдань ресурси із найрізноманітніших джерел (С. Кретов, Н. Лисенко).

При цьому в узагальненому формулюванні в рамках психології підприємництва є підстави говорити про сучасне підприємництво як про «особливий тип підприємницької поведінки, яку, у більшості випадків, характеризують наступні складові: особлива чутливість до змін і прагнення щось змінити у своєму житті (елемент ініціативи); прийняття на себе відповідальності за можливі невдачі і поразки, готовність ризикувати (елемент ризику); сприяння реалізації і використанню нових технологічних можливостей шляхом впровадження у виробництво винаходів та інновацій; організація або реорганізація соціально-економічних механізмів з тим, щоб з вигодою використовувати наявні ресурси і конкретну ситуацію (елемент новаторства); спрямованість на діяльне перетворення навколишнього світу, побудову нових

відносин; вміння випереджувати події і вести конкурентну боротьбу (елемент активності) [96, с. 7-8]».

У межах суб'єктного підходу підприємництво розглядається не з позицій структури професійної діяльності, а з точки зору структури особистості підприємця, її психотипу, котрий дозволяє людині продукувати і здійснювати інновацію в економічній сфері, спираючись лише на власні сили. У зарубіжній науці для позначення особистості підприємця використовуються, переважно, не наукові, а описові визначення: «людина, яка створила себе сама», «працює на себе», «робить те, що вважає за потрібне» та ін (Р. Кійосакі, Ш. Лектер, Т. Стенлі, Б. Трейсі). У суб'єктній традиції вивчення підприємець постає як суб'єкт власної життєдіяльності, що впроваджує в життя певну систему цінностей, ідеалів, власну індивідуальність – тому у вітчизняній літературі в її основі лежать роботи К. Абульханової-Славської, Д. Богоявленської, О. Брушлинського, О. Конопкіна, В. Петровського, А. Пригожина, В. Татенко.

На нашу думку, найбільш світоглядним і всеохоплюючим буде наступне визначення сутності *підприємництва*: підприємництво – це складний багатогранний соціально-економічний феномен, сукупність норм, інститутів і процесів, орієнтований на максимальне задоволення комплексу людських потреб: споживання і творчої самореалізації.

Відповідно *підприємницьку діяльність* можна визначити як ініціативну, творчу практичну активність людини, яка є привабливою для її суб'єкта через його потребу в самореалізації і соціальному успіху і затребуваною у суспільстві через потребу громадськості до споживання.

Подивимось, чи можна розширити зміст цих понять, проаналізувавши термін «*підприємець*», який теж часто виступає предметом наукового аналізу.

У Франції ще у XVIII ст. поняття «підприємець» почали вживати для визначення того, «хто розпочинає» якусь діяльність. Як прикметник «підприємницький» слово часто використовувалось для позначення рис особистості, таких як «ризикований», «сміливий», «авантюрний». Ще на початку XIX століття французький вчений-економіст Ж. Б. Сей дає визначення,

що «підприємець переносить економічні ресурси із менш продуктивної до більш продуктивної сфери збільшуючи прибутковість».

Вважається, що поняття «підприємець» запровадив у науковий обіг французький економіст Р. Кантільйон, що він же першим здійснив наукову інтерпретацію підприємництва. Головними якостями підприємця він вважав уміння ризикувати, передбачати майбутнє, поєднувати (й узгоджувати) можливі витрати й доходи. Далі це поняття поглиблювали такі дослідники, як Дж. Тюнен, Ф. Кене, Є. Тюрбо, а також А. Сміт і Д. Рікардо, представники історичної школи В. Рошер та Б. Гільдебрант. Останні вважали підприємця особою, що управляє капіталом та зайнята продуктивною працею. Ж.-Б. Сей та Дж. Міль вважали підприємця передусім організатором виробництва (й не обов'язково власником), а в роботах Ф. Візера, Л. Вальраса, А. Маршалла та Ф. Хайєка підприємець розглядається як менеджер, який здатен до прийняття самостійного рішення в контексті зміни економічної ситуації [3, с. 6-7].

Виходячи з цього, а також з узагальненого розуміння підприємця М. Вебером, В. Зомбартом, Й. Шумпетером та П. Дракером, підприємець визначається В. Акопяном як суб'єкт, який здійснює підприємницьку діяльність й завдяки наявності певної сукупності рис (вміння ризикувати, організовувати виробництво, новаторству, відповідальності, здатності поступатись власними інтересами заради справи тощо) отримує підприємницький дохід, мінімум – нормальний прибуток. Хоча подібні риси були притаманні певною мірою суб'єкту господарювання в період соціалістичної історії України, дійсний підприємець формується у період становлення та розвитку ринкових відносин.

М. Вебер і В. Зомбарт створили класифікацію підприємців та опис (відповідно до неї) їхніх індивідуально-психологічних і поведінкових особливостей. Класичний підприємець, на думку цих авторів, включає у сублімованому вигляді риси завойовницького типу – «авантюрну» уяву, азарт і готовність до ризику. Він відкриває нові соціальні потреби, а значить і нові ринки та зв'язки. Автори описали також різновиди вияву підприємницької активності, які пояснюються індивідуально-психологічними особливостями

самих підприємців. Запропонована ними типологія пропонує чотири типи особистості суб'єкта підприємницької діяльності: 1) раціональний тип; 2) авантюрний тип; 3) міщанський тип; 4) підприємницький тип.

До основних зовнішніх чинників, які пов'язані з виявами підприємництва, віднесено такі: атмосфера поведінки в колективі; правові засади вільної економічної діяльності і приватної власності; усвідомлення значення застосування в господарському житті колективу розуму, що репрезентуються в громадській думці. Рівень розвитку власне підприємництва залежить від відповідності сучасним цінностям економіки, від стану науково-технічного прогресу в суспільстві, у просторі якого з'явилося підприємництво. Г. К. Гінс, І. Шумпетер, П. Г. Щедровицький та ін відзначають, що підприємництво з'являється тоді, коли виробництво не створює нових ресурсів [91].

З розгортанням науково-технічного прогресу і розвитком економіки як науки в ХХ столітті, економісти отримали визначення іншого теоретика підприємництва – Д. А. Шумпетера. У своєму відомому творі «Теорія економічного розвитку» (1911), що був написаний під час викладання в Чернівецькому університеті (Україна) на початку ХХ ст., вчений описує підприємців як інноваторів, котрі рухають «конструктивно-деструктивний» процес розвитку капіталізму. Дослівно, «функція підприємців – реформувати та змінювати форми виробництва». За Шумпетером, підприємці є факторами змін в економіці [1, с. 23].

У Вебстерівському словнику підприємець – це «... той, хто організовує, спрямовує справу бізнесу, бере на себе ризик заради отримання прибутку [185, с. 608]».

Один із сучасних теоретиків менеджменту та підприємництва П.Ф. Друкер у своїй книзі «Інновація та підприємництво» (1985), доповнює визначення своїх попередників висновками, що «підприємці завжди у пошуку змін, швидко реагують на нові умови ринку та використовують нові можливості». Саме слово «можливості» згодом з'являється ключовим в

багатьох сучасних дефініціях – можливості створення суспільних цінностей та благ, можливості змін.

Інший вчений та дослідник підприємництва, професор Гарвардського Університету Х.Х. Стівенсон в одній із глав свого підручника з підприємництва «Ризиковане підприємництво» («The Entrepreneurial Venture», 1999) додає до визначення такий елемент, як винахідливість щодо ресурсів. Він впроваджує думку, що дійсні підприємці відрізняються від ефективних менеджерів, що використовують тільки наявні ресурси, тим, що не обмежуються цими ресурсами, а здатні віднайти та мобілізувати додаткові ресурси інших задля досягнення спільних підприємницьких цілей.

Серед провідних індивідуальних властивостей, притаманних майбутньому підприємцю, М. Лукашевич, О. Киричук, Н. Побірченко, Ю. Швалб визначають самостійність мислення, самоорганізованість, впевненість, компромісність, вільне спілкування, емоційно-вольову саморегуляцію.

Як показує Н. Побірченко, в психологічну характеристику підприємця включені такі якості особистості та її діяльності: ініціативність, інтелектуальна працездатність, креативність, врівноваженість емоційно-вольової сфери, присутність стійкої потреби в самостійному пошуку нових сторін розвитку суспільства, готовність взяти на себе відповідальність та приймати конструктивні рішення, схильність до розумного ризику. Визначені психологічні характеристики особистості підприємця склали основу теоретичної розробки моделі особистості, яка займається підприємницькою діяльністю. На основі такої моделі були визначені провідні орієнтири формування особистісної готовності до підприємницької праці учнів загальноосвітньої школи [131, с. 18-19].

М. Глушач дає наступне визначення: підприємець – це особа, наділена індивідуально-психологічними характеристиками, які дають їй змогу виступати суб'єктивним фактором відтворення, здатна на ініціативній та інноваційній основі, не боючись повної відповідальності, йти на ризик та особливим чином

поєднати інші чинники виробництва так, щоб в перспективі з'явився додатковий прибуток.

Ю. Красилова виводить сутнісні риси підприємця на основі протиставлення і порівняння його з найманим менеджером. Вона розкриває відмінності у психологічній площині, які пояснюються відмінностями мотиваційно-цільової основи їхньої діяльності. Менеджер прагне стабілізувати підприємство, зменшити ризик упровадження чогось нового, а тому все детально планує і вибору нової стратегії передусь її обговорення. Він еволюційно-орієнтований на довгу перспективу розвитку організації. На відміну від менеджера, підприємець обирає революційний шлях розвитку підприємства, орієнтований на швидкий результат. Це людина, яка створює результат розвитку ситуації за рахунок свого суб'єктивного потенціалу тоді, коли енергія сфери знижується до нуля (умовно вичерпана). Підприємницька поведінка особливо яскраво виявляється в стресовій ситуації, коли стресогеном є суб'єктивно сприйнята необхідність «виконати дію». І саме цей аспект дає змогу виявити істотні відмінності особистості підприємця від не підприємця [91].

М. Титарчук аналізує підприємницьку діяльність як поняття і як феномен крізь призму людської трудової поведінки.

При цьому автор підкреслює, що соціальна поведінка як зовнішній прояв діяльності виявляє конкретну позицію людини, її установку. Це форма перетворення діяльності в реальні дії по відношенню до соціально значимих об'єктів. Вона представляє собою систему дій та вчинків людини, що спостерігаються зовні, в якій реалізуються внутрішні покликання. Соціально-економічна поведінка – це система взаємопов'язаних дій, які чинять люди у соціальній та економічній сферах суспільства під впливом власних та групових інтересів. Трудова поведінка – це комплекс доцільних індивідуальних та групових дій і вчинків, які визначають спрямованість та інтенсивність реалізації людського фактора у процесі трудової діяльності і є одним із

різновидів соціальної поведінки, тобто процесу доцільної активності, що відповідає найбільш значущим інтересам і потребам людини, соціальної групи.

У зв'язку з підприємницькою діяльністю М. Титарчук наголошує на тому, що діяльність як суттєва визначеність способу буття людини в світі, її здатність вносити в діяльність зміни або форма активності, характеризує здатність людини, чи пов'язаних з нею способів, бути причиною змін у бутті. Це форма активного ставлення до оточуючого її світу з метою його перетворення. Діяльність є категорією соціальної філософії і включає мету, засіб, результат і форму самого процесу діяльності, як невід'ємний від людини суттєвий аспект її дослідження, що знайшло найбільше відображення у філософських працях, де її розуміють як спосіб буття людини і суспільно-історичного процесу. Морфологічний аспект аналізу діяльності розглядає складові її елементи і закон їх зв'язку, тобто структуру цілого: потреби, мотиви, вчинки, дії, функції тощо, що знайшло відображення у теорії соціальної дії (М. Вебер, Т. Парсонс, Ю. Хабермас).

Разом із тим, автор показує, що категорії «поведінка» та «діяльність» розрізняються між собою. Категорія «поведінка» є меншою, вузкою, ніж категорія «діяльність», оскільки «діяльність» має і реальний, і морально – перетворювальний характер, а тому не завжди піддається зовнішньому спостереженню. Терміни «поведінка» та «діяльність» вживають в аналогічному розумінні, коли діяльність розглядають як систему поведінки. Трудову поведінку нерідко ототожнюють з економічною та виробничою поведінкою, виробничою діяльністю. При цьому не беруть до уваги соціально-поведінкові аспекти трудової діяльності. Суть трудової поведінки особистості зумовлена не тільки створенням суспільно необхідного продукту, а й власним відтворенням та розвитком, тобто відтворенням фізичних і духовних сил людини, зростанням його знань, розвитком навичок, умінь, здібностей до саморегуляції та творчості.

Конкретизуючи сутність категорії «трудова поведінка», М. Титарчук вказує, що це є сукупність соціально-функціональних дій та вчинків особистості, визначених професійно-кваліфікаційними потребами, обов'язками

і формами суспільно-виробничої діяльності. Як вид та форма суб'єктивної діяльності, трудова поведінка є комплексним проявом інтегрованих якостей людини, її інтелектуальних, фізичних, морально-психічних та духовних особливостей [165, с. 7-8].

Звісно, важко не погодитись, що трудова поведінка підприємця взагалі детермінує його підприємницьку поведінку, набуває характерних рис і трансформується в підприємницьку діяльність. Як система та діяльність, вона характеризується сукупністю основних закономірностей і тенденцій: енергійністю та ініціативністю, що базуються на економічній свободі вільного вибору виду, форм і сфери діяльності, методів її здійснення, розумом та компетентністю. Підприємницька діяльність дає можливість реалізувати особистий трудовий та творчий потенціал, приймати нестандартні рішення. Вона визначається діловитістю та динамізмом, вмінням ризикувати, особистою відповідальністю за результати діяльності; прагненням до лідерства, досягнення і конкуренції; вмінням підбирати «команду», керувати нею, організувати її роботу; спрямованістю на інновації та зміни, комбінування виробничих факторів.

Отже, за допомогою проведених у цьому підрозділі роздумів ми можемо сформулювати остаточне визначення центрального концепту даного дослідження. *Синергетичний дискурс сучасної підприємницької діяльності – це сформований за допомогою принципів теорії самоорганізації складних систем теоретико-методологічний комплекс для пояснення закономірностей практичної ділової активності людини, яка характеризується ініціативністю, творчістю і спрямована на задоволення потреби в споживанні і потреби в самореалізації і в соціальному успіху.*

Для глибшого розуміння специфіки сучасних відтінків тлумачення термінів «підприємництво» і «підприємницька діяльність» доцільно звернутись до генези самого явища, позначуваного цими поняттями. Адже саме в процесі історичного розвитку підприємництва як феномена зміст поняття, що позначає цей феномен, поступово збагачувався різними рисами та атрибутивними

ознаками. Оскільки наша робота присвячена вивченню українського контексту підприємництва, то слід проаналізувати історію становлення цього явища в Україні.

1.2. Ретроспективний аналіз становлення підприємництва в Україні

Але розпочати доречно від загального – від ретроспективного аналізу онтогенетичного розвитку підприємництва. Адже має сенс твердження, що розвиток підприємництва в окремо взятій країні у загальних рисах повторює (принаймні не суперечить) загальносвітовим закономірностям.

Отже, світова історія розвитку підприємництва дозволяє виокремити кілька якісно відмінних етапів [див. про це також: 17; 37; 128, с. 6-9].

Етап перший – це *етап первинного нагромадження капіталу*, який прийшовся на епоху становлення капіталізму, коли підприємництво було спрямоване на створення нових технологій виробництва задля збільшення обсягів випуску і збуту продукції, захоплення все більшого сегменту ринку і отримування таким чином дедалі більших прибутків. Пріоритетною умовою розвитку підприємницької діяльності на цьому етапі виступає націленість на пошук нових техніко-технологічних можливостей для досягнення поставленої виробничої мети і запланованого прибутку. Цей період також пов'язаний із успішними операціями банкірів і фінансистів. На цьому етапі підприємець – незалежно від галузі прикладання його зусиль – виступає особою, яка переміщує ресурси зі сфери з низькою прибутковістю у сферу з високою прибутковістю.

Етап другий охарактеризувався зміщенням пріоритетних завдань у бік розробки й удосконалення механізмів масового виробництва, зменшення собівартості і ціни продукції, збільшення кількості реалізованих товарів – тобто цей етап може бути названий *етапом орієнтації підприємництва на зростання рентабельності і конкурентоспроможності*. Важливим фактором успішності

підприємця на цьому етапі стало ефективне управління – зокрема, раціональна організація виробничого процесу. Це період, коли зростає потреба в нетрадиційних, нестандартних рішеннях у підприємстві з урахуванням новітніх досягнень.

Чергова зміна орієнтирів підприємництва знаменувала початок третього етапу – *етапу ринкової орієнтації підприємництва*. Її спричинило насичення попиту на різноманітні товари, через що пріоритети були перенесені з виробництва і раціоналізації виробничого процесу на завдання реалізації продукції: маркетинг і рекламу, залучення споживачів і завойовування нових ринків. Це етап врахування специфіки потреб споживачів товарів і послуг; етап більшої диференціації в підході до споживача.

Сформована на третьому етапі ринкова орієнтація дедалі лише посилюється, а в постіндустріальну епоху призводить до того, що найбільш значущою стає влада над інформацією і вміння підприємців швидко адекватно реагувати на зміни, здатність їх передбачувати. На сучасному *етапі орієнтації на адаптивність підприємництва* показником успішності підприємницької діяльності виступає конкурентоздатність організації та її адаптивні потенції, а сама підприємницька поведінка характеризується як енергійна, ризикована, орієнтована на реалізацію максимуму можливостей.

Розвиток світового процесу наукового осмислення практики підприємництва можна подати в узагальненому вигляді – через «три хвили» генезису підприємницької функції.

«Перша хвиля», яка виникла ще у XVIII ст., була пов'язана з концентрацією уваги на ризику, який несе підприємець.

«Друга хвиля» у науковому осмисленні підприємництва пов'язана з виділенням інноваційності як основної характерної риси підприємництва.

«Третя хвиля» відрізняється зосередженням уваги на особливих якостях підприємця (зокрема, здатність реагувати на зміни економічної і суспільної ситуації, самостійність у виборі і ухваленні рішень, наявність управлінських

здібностей) і на ролі підприємництва як регулюючої основи, що врівноважує економічну систему.

Сучасний етап розвитку теорії підприємницької функції можна віднести до «четвертої хвилі», поява якої пов'язується з перенесенням акценту на управлінський аспект в аналізі дій підприємця, а, отже, – з переходом на міждисциплінарний рівень аналізу проблем підприємництва.

Як же окреслений процес виразився в історичному розвитку українського підприємництва?

Як зазначають багато науковців, формування основ сучасного підприємництва в країні пов'язане з давніми і глибокими традиціями українського народу. Адже можна сказати, що «дух підприємництва» був внутрішнім породженням українського менталітету, і знайшов своє відображення ще в матеріалах староруських збірників і уставів. При цьому необхідно відмітити яскраву самобутність формування національних ринкових структур, яка полягала в тому, що товарно-грошові відносини в Україні виникали і розвивалися на основі традиційних цінностей православної культури. Моральні цінності православ'я були реальною основою господарювання, державності, духовності.

Разом із тим, були певні суперечності і вони певним чином гальмували прояви господарської підприємницької свідомості українців – ключовою була суперечність між українським демократичним і російським імперським менталітетом. Російська держава, її імперські інститути цілковито панували на господарських теренах України, пригнічуючи суспільну самодіяльність, гальмуючи формування національної культури. Тому серед основної маси українського населення, як і загалом в Росії, погано прививалися ідея приватної власності, цінності зростання і накопичення, правової норми господарювання, елементи самоуправління і громадського суспільства. Соціально-економічний розвиток України по шляху капіталізації господарства відбувався у руслі російської імперської моделі, для якої характерним було: вибіркоче запозичення технологічних, головним чином військово-промислових досягнень

більш розвинених країн в обмін на вивезення сировини; одночасне посилення експлуатації власного народу добуржуазними, архаїчними методами; зростаюча централізація і бюрократизація управління. В таких умовах розвиток підприємництва в Україні міг здійснюватися вибірково і глибоко суперечливо [3, с. 8].

Вагомою і впливовою причиною описаного була різниця між українським і російським менталітетом у принципових моментах [див., напр.: 115, с. 281-283].

Як відомо, серед характерних *рис російської ментальності* більшість дослідників виділяють, по-перше, «хорове» начало, що викликає своєрідну ситуацію і прагнення розчиненості індивіда в общині. Ця колективістська спрямованість була задоволена через реалізацію теорії про єдиний радянський народ і злиття націй. Прагнення розчиненості особи в суспільстві обумовлювалося серед іншого досить зручним перекладанням індивідуальної відповідальності на плечі всіх: «невинуватий відповідав за винуватого, працелюбний – за лінивого [16, с. 70]».

Друга характерна риса російської ментальності – *нетерпимість* до всього іноземного, «чужого», презирство до інших народностей у сполученні зі зверхнім уявленням про себе. Тому не дивно, що під час панування переважно російського більшовицького режиму було зроблено все можливе й неможливе для максимального зниження рівня активності всіх інших етнонаціональних спільнот.

У російській ментальності історично склалася *установка не на діалог з опонентом, а на його підкорення* або й навіть знищення [78, с. 118]. Сполучення цієї складової російської ментальності зі споконвічно властивою українцям толерантністю до всього чужого і гостинністю створило міцні психологічні підстави для періодичного домінування представників російської спільноти над населенням українських земель.

Ще одна особливість ментальності, якою зазвичай характеризують росіян, – *відсутність гуманістично-екзистенціальних мотивів*. Так, утворення

УРСР після поразки УНР у 1920 році проходило шляхом військового втручання, «створення маріонеткового уряду, підпорядкованого партійній дисципліні [147, с. 94]».

Нарешті, ментальності російської спільноти властивий *месіанізм*: росіяни «відчувають себе покликаними створити на землі вищий божественний порядок, образ якого вони в собі несуть [16, с. 74]».

Натомість, як свідчать більшість розробок, риси української ментальності мають екзистенційно-індивідуалістичний характер зі спрямуванням на «внутрішню людину», неповторність кожної окремої особистості. Причому, на відміну від російського колективістського нахилу, в українців чітко виражений *примат індивідуалізму*, який дає «напрямую розбудови особи вглибину, замість експансії вширину [49, с. 29]». Звичайно, особистість такого типу отримує більше можливостей і здібностей для підприємництва. Але навіть притаманний егоцентризм не переключає уваги українця з прагнення до оволодіння внутрішнім світом на опанування зовнішньої ситуації. На суспільному рівні ця риса обумовлює і притаманну українцям психологію працюючого господаря зі здатністю навіть за несприятливих умов утворювати різноманітні індивідуальні та локально-громадські форми раціонального господарювання. Так надзвичайна жадоба свободи створює більш сприятливий простір не для колективного діяння, а для вільної самодіяльності окремої особистості. Ця екзистенційна ізоляція та «окремішність існування» можуть бути корисними в окремих сферах, наприклад, у справі художньої творчості, але аж ніяк не в діях політичної еліти, особливо у процесі розбудови нації. Разом із тим, вона означає завжди позитивну (особливо в умовах ринкового середовища) орієнтацію людини на власні сили – а також і намагання фізично, інтелектуально або через систему політичної участі впливати на соціально-політичний розвиток нації. Цей природний *психологічний* демократизм підкріплюється ще й специфікою *правосвідомості*, породженої неповторною самодостатньою системою звичаєвого права, яка спроможна була в усі часи утверджувати право на свободу, землю в приватній власності, вільне

господарювання [112, с. 199]. Він же обумовлює українську домінанту настанови на соціальну справедливість і рівність.

Отже, підприємницькі відносини закладені в українському народі генетично. Впродовж всього процесу розвитку суспільного життя ступінь розвитку підприємництва, економічна свобода та інші чинники, стимулюючи зростання ініціативності суб'єктів економіки відігравали важливу роль. І на сьогоднішній день формування ефективною, конкурентноздатною соціально-орієнтованої економіки складає стратегічний курс державної політики.

Особливе значення малого і середнього бізнесу в Україні виявляється у час перехідного до ринкової економіки періоду що полягає в стимулюванні структурної перебудови економіки і забезпеченні стабільності суспільства і гарантій на шляху до організованого ринку. В умовах формування орієнтованого ринку, прискорення інституційних перетворень в економіці України проблема становлення ринкових механізмів підприємництва стає пріоритетною.

Підприємництво в Україні народилося ще за часів князя Рюрика і Давньої Русі, хоча тоді панувало натуральне господарство. Фундаторами підприємницької діяльності були купці. Ґрунтуючись на своєму майні та інтуїції, на свій страх і ризик, представники даної професії налагоджували торгівлі відносини з Візантією, Кавказьким регіоном, Середньою Азією, Прибалтикою та Європою.

У XV ст. почали формуватися торгові центри, купецькі об'єднання. Підприємництво з зовнішньоекономічної сфери поступово переноситься на українську територію і починає впроваджуватися у внутрішньогосподарські відносини, спочатку у торгівлі, а потім і у виробництві. Роки правління українського гетьмана І. Мазепи і російського імператора Петра (кінець XVII – початок XVIII ст.) можна вважати пропедевтичним періодом становлення підприємництва. Уряд сприяв виникненню соціального попиту на підприємницьку діяльність у виробництві, було дано державне замовлення на розвиток галузей промисловості.

Переломним моментом у становленні вітчизняного підприємництва виступає початок XIX ст. Російський імператор Олександр I видає Указ про вільних хліборобів. Даний акт дозволяв поміщикам відпускати селян на волю із землею за викуп. У Петербурзі та Києві відкрилися перші комерційні банки з відділеннями у містах Російської імперії. Почали активно створюватися об'єднання підприємців. Можна сказати, що проведені царським урядом в 60-70-х роках XIX століття буржуазні реформи дещо розширили горизонт розвитку капіталістичних відносин в економічному і соціально-політичному житті України, устрій якої став пристосовуватися до вимог капіталізму, який все більше проникав у всі сфери життя суспільства.

Могутнім стимулом у розвитку підприємництва стала відміна кріпосного права. Ділові люди отримали можливість вільніше займатися підприємницькою діяльністю. На цей період часу припадає значна подія – промисловий переворот. До 1808 р. в Україні стали активно виникати акціонерні товариства, почалася реконструкція важкої промисловості із залученням іноземного капіталу. У 1870 р. відбувся Перший всеросійський з'їзд підприємців, на якому було сформульовано: «Нині свобода праці, свобода промисловості стають девізом сучасного промислового прогресу». У 1886 р. був прийнятий закон, що регламентував відносини між підприємцями і робочими, причому він відповідав всім вимогам міжнародного права. У 90-і роки XIX ст. склалася достатньо могутня індустріальна база підприємництва. В результаті реформи С. Вітте рубль став конвертованим. До держави посилювався приплив іноземного капіталу.

На початку XX ст. в Україні створилися картелі, синдикати, трести, підприємство стало масовим явищем. Проте цей розвиток був перерваний спочатку Першою світовою війною, потім соціокультурними конфліктами, Громадянською війною та політикою «військового комунізму».

У роки НЕПу вільне підприємництво стало відроджуватися. На долю приватного сектора в ті роки доводилася значна частка як промислового виробництва, так і роздрібною торгівлі. Надалі, з 1929 р., вільне підприємництво

було згорнуте і оголошене нелегітимним, відбулося повне одержавлення економіки. І тільки на рубежі другої половини 80-х років, і особливо після 1991 р. підприємництво, вже у суверенній Україні, зароджується знов.

Однак у проміжний між цими роками період українське підприємництво не було згорнуто абсолютно, воно існувало в прихованих формах. Так, жовтневий переворот 1917 року, особливо практика «експропріації експропріаторів», завдали жорсткого удару по підприємництву. Практично весь «соціалістичний період» став періодом його «тіньового існування». Домінантними серед морально-етичних якостей тонкого прошарку підприємців стали скритність, звичка приховувати прибутки й уникати податків, «тіньового існування» як в економічному, так і в соціокультурному плані.

Існування нелегальної економіки пов'язане з руйнуванням моралі, оскільки серед населення поширюється переконання, що цілком пристойно можна прожити за рахунок неофіційної економіки. Та й праця в нелегальній економіці найчастіше є менш продуктивною, ніж на спеціалізованих легальних підприємствах. Люди, зайняті в нелегальній економіці, не мають і відповідного соціального захисту – охорони праці, відпусток, підвищення кваліфікації, що також негативно впливає на їх моральний стан.

Генерація нових підприємців, що народжується в Україні, не тільки поповнює ряди нелегалів, але й намагається змінити економічну ситуацію у країні на свою користь. Рух України у бік ринку спонукається розширенням рядів підприємців за рахунок вихідців з різних соціальних груп. Переходячи в ряди підприємців, вони приносять з собою і ту мораль, яка ще донедавна була регулятором їх поведінки в попередньому соціальному оточенні [3, с. 8].

Але якщо говорити про явні, відкриті прояви підприємницької діяльності, то наступний такий період української історії настав наприкінці ХХ століття.

Тобто наступним періодом, коли вперше після багатьох років громадськість заговорила про відродження ринкової економіки, підприємницької діяльності та інші соціальних та економічних нововведень, стала «горбачовська» перебудова. Саме тоді почав набирати силу статус

підприємництва як позитивного та істотного елемента структури ринкових відносин – щоправда, і останні самі по собі були чимось абсолютно новим для більшості радянського покоління.

Своєрідним початком розвитку підприємницької діяльності стало прийняття в 1986 р. «Закону про індивідуальну трудову діяльність». Вочевидь, його можна назвати революційним, тому що він дав поштовх розвитку трудового індивідуалізму, проявам творчої активності і самореалізації особистості в господарській діяльності, особистості як господаря, власника і творця. З'явилася нормативна і реальна можливість реалізувати свої індивідуальні інтереси, матеріальні і соціальні потреби. Однак це був лише перший крок, який створив передумови, але не стимули для активної підприємницької діяльності.

З часом «Закон про індивідуальну трудову діяльність» викликав цілу хвилю кооперативного руху, що в кінцевому підсумку сприяло розвитку і поширенню підприємництва. Закон «Про кооперативи» поклав початок розвитку недержавного малого і середнього підприємництва, у період, коли великі підприємства знаходилися в управлінні держави. Ряд аспектів діяльності малого підприємництва був визначений Ухвалою Ради Міністрів УРСР від 22 вересня 1990 р. «Про заходи зі створення і розвитку малого підприємництва». Їй передувала відповідна Постанова Ради Міністрів СРСР [77, с. 30-34]. Надалі у процесі приватизації, підприємства, що належали раніше державі, перейшли у приватну і приватну колективну власність.

З формуванням кооперативного руху пов'язаний розвиток демократії в оновленому суспільстві, і, потрібно відмітити, настільки тісно, що свого часу заговорили про становлення так званої «кооперативної демократії». З'явилися надії на те, що кооперативний рух дасть демократичний імпульс всьому економічному розвитку ще імперської країни.

Історію кооперативного руху спеціалісти умовно розділяють на три етапи [154, с. 110-111]. Із них перший етап – *виникнення та становлення кооперативного сектора*. Ці перші кооперативи можна умовно

охарактеризувати як інноваційні, оскільки вони були орієнтовані на освоєння нових видів продукції, нових форм технологій і господарювання.

У цьому процесі виявилася інша сторона – оскільки в цьому було дещо абсолютно нове для народу, що надавало можливість «заробляти», отримувати високий прибуток на основі самоініціативи, готовності до ризику, творчості, самостійності і індивідуальної активності. Тому потрібною буда адаптація до незвичного, нового, але такого привабливого. Зрозуміло, що в основному виникли спочатку кооперативи довгострокової програми, які змушені були пристосуватися до різних зрушень у правовій, політичній, економічній сферах, орієнтуватися на постійну зміну кон'юнктури. Однак, саме в цей період зароджувалися перші ознаки і специфічні риси вітчизняного підприємництва.

Другий етап характеризувався *інтеграцією кооперативного сектора*. З'явилася велика кількість однотипних підприємців, орієнтованих в основному на виробництво дефіцитних товарів народного вжитку, які вчасно реагували на появу того чи іншого дефіциту, котрий все активніше проявлявся. Тому саме дефіцит послужив важливим чинником, який сприяв набуттю та розвитку підприємницьких сторін у кооперативному русі. У результаті активізувалася конкуренція між кооперативами у сфері цін і якості продуктів виробництва, послуг і т.п. Далі – природно, зі зменшенням норми прибутку виникла і посилювалась активність у пошуках ефективних способів господарювання та набутті нових підприємницьких властивостей.

Початок третього етапу характеризується формуванням *економічної рівноправності кооперативного та державного секторів*, а також появою та функціонуванням малих підприємств.

Важливою подією в розвитку всіх видів підприємств, їх самостійності став дозвіл оренди. З появою оренди, приріст продуктивності став досягатися за рахунок інтенсифікації праці, стимульованої не стільки грошима, скільки потребою трудового самоутвердження. У працівників нових підприємств почало відроджуватися відчуття господаря. Крім того, розвиток оренди став своєрідним трампліном до приватизації.

Активний перехід до ринкової економіки, підтримка підприємництва потребували швидкого створення системи малих підприємств, здатних активізувати перебудову структури економічних відносин. Прийняття «Закону про власність» призвело до позитивних зрушень у розвитку підприємницького руху. Він передбачав організацію акціонерних та інших господарських структур, які проявляють активну позицію у підприємстві. Державні підприємства, крім того, можуть створювати добровільні державні асоціації, об'єднання, концерни тощо. Додаємо сюди і повну майнову відповідальність за взаємними зобов'язаннями всіх самостійних учасників господарських зв'язків. Прийняття визначених законодавчо-правових умов (свобода укладених договорів, повнота відповідальності тощо) зробили комерційний ризик і підприємницьку діяльність ще більш реальним явищем.

З прийняттям «Закону про підприємство» (1990 р), вперше, тоді на «союзному» рівні в юридичну практику було впроваджено саме поняття «приватне підприємство». Цим Законом було визнано підприємство як «ініціативну діяльність громадян, спрямовану на отримання прибутку або особистого доходу, і здійснення від свого імені, на свій ризик і під свою відповідальність». Це нормативне формулювання означало певну легалізацію бізнесу. Щоправда, сам по собі цей закон виявився не підкріпленим економічною базою – формами власності. Тому одночасно з правовою легалізацією підприємництва, цей закон знаменував початок наступного етапу розвитку цієї сфери, ключовими рисами якого є хаотичність і неузгодженість між собою правового і економічного фундаментів підприємництва, сплетіння економічних і політичних інтересів суб'єктів підприємництва і т.п. На цьому етапі розвитку перебуває українське підприємство і сьогодні.

На сьогоднішній день можна говорити про підприємницьку структуру, що склалася у вітчизняній економіці та регламентується рядом нормативних актів, таких як, Закони України «Про власність», «Про підприємство» «Про підприємства», «Про господарські товариства» тощо.

Аналіз стану малого підприємництва, здійснений за даними офіційних звітів свідчить, що на початок 1990-х років у цій сфері функціонувало 151,4 тис. малих підприємств з чисельністю тих, що працюють на них – 1,032 млн. осіб, близько 4,7 тис. спільних підприємств з прямими іноземними інвестиціями, в яких працювало близько 95 тис. осіб, 35,5 тис. фермерських господарств з 67 тис. тих, що працюють, а також 930 тис. індивідуальних підприємців [84, с. 31-32].

Отже, в цілому в малих підприємствах тоді було зайнято понад 2,1 млн. осіб, а частка виробництва малих підприємств у ВВП складала приблизно 7%.

Ринкові трансформаційні процеси в економіці України сприяли відповідним змінам у формах власності малих підприємств. За період з 1991 р. по 1995 р. частка малих підприємств з державною формою власності в Україні скоротилася з 14% до 2%. У структурі недержавної форми власності частка колективної зросла з 50 до 70%, а приватної – залишилася на рівні 32%.

За галузевими ознаками малі підприємства переважно були зосереджені в торгівлі, суспільному живленні – 51% (промисловість – 15%, будівництво – 10%, побутове обслуговування – 5%, інші галузі – 19%). У 1998 р. підприємствами малого бізнесу всіх форм власності було проведено продукції на 12,5 млрд. грн. [82, с. 11-12].

Однак успадкована від СРСР економіка України все ще довгий час залишалася високомонополізованою. В її структурі підприємництво займає незначне місце. Для реалізації політики ринкової трансформації економіки України необхідно створити 500 тис. малих і середніх підприємств. Насправді маємо показник значно менше цього. Весь можливий потенціал розвитку підприємництва не вичерпаний, оскільки є необхідні ресурси у достатньому розмірі. Проте підприємництво на сьогоднішній день стикається з безліччю проблем і труднощів. Останні конкретизуємо у третьому розділі дослідження.

І з науково-теоретичної точки зору немає гідного підґрунтя для оптимізації цих процесів і вирішення проблем – в сучасній економічній науці

ще не створена загальноприйнята економічна теорія підприємництва, хоча потреба в такій теорії давно вже є актуальною.

Загалом, на межі ХХ – ХХІ ст. чітко сформувалися два шляхи формування суб'єктів підприємництва (див. рис. 1.1).

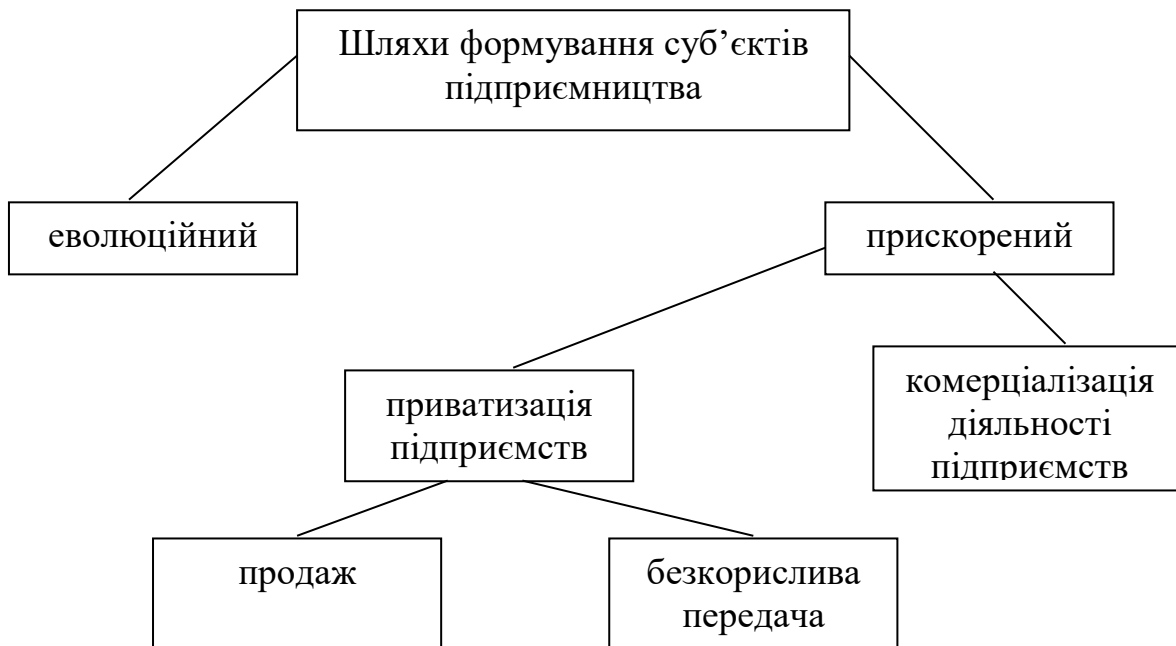


Рис. 1.1. Шляхи формування суб'єктів підприємництва в Україні на межі ХХ – ХХІ століть

Перший шлях – еволюційний. Він припускає поступове накопичення грошових та інших ресурсів, достатніх для відкриття і розвитку своєї справи. Цей процес може бути тривалим. Він прискорюється застосуванням акціонерної форми підприємництва. В Україні можливості еволюційного шляху формування учасників підприємництва до початку 90-х років були дуже обмежені. До причин такого положення можна віднести:

- відсутність достатніх заощаджень у населення;
- недовіра населення до цінних паперів – акцій, облігацій, тощо;
- недостатня підготовленість кредитної системи;

– у людей були відсутні достатні психологічні, соціальні установки на підприємництво як економічне явище.

Другий шлях припускає прискорене формування суб'єктів підприємництва. Його, як правило, використовують країни, що здійснюють перехід від централізовано-планової до змішаної економіки, і зокрема Україна. У даному контексті держава приймає рішення про: 1) приватизацію підприємств; 2) зміни умов застосування державного капіталу шляхом, зокрема, комерціалізації і стимулювання, тим самим сприяючи появі суспільств підприємницького типу [95, с. 3-10].

Процес приватизації на початку ХХІ ст. певною мірою властивий багатьом країнам. Послідовно ринковий спосіб її здійснення – викуп. При цьому дуже важливо створити конкуренцію серед покупців, яка дозволить здійснити продаж за реальною ринковою вартістю. Комерціалізація – це широке поняття, яке конкретизується такими формами, як оренда, оренда з викупом та інші. Це сприяє формуванню суб'єктів підприємництва.

Одним із поширених шляхів виникнення приватних підприємств на межі ХХ – ХХІ століть стала мала приватизація. З 1992 р. до початку 2007 р. було приватизовано більше 85 тис. малих підприємств.

Справжній сплеск появи малих компаній в Україні приходиться на 1992-93 рр. У 1994, 1995 і 1996 рр. спостерігалось деяке уповільнення темпів, з 2000 р. – знов зростання. Одними з найвищих за всю історію малого бізнесу в країні були темпи зростання у 1997 р. (див. рис. 1.2.).

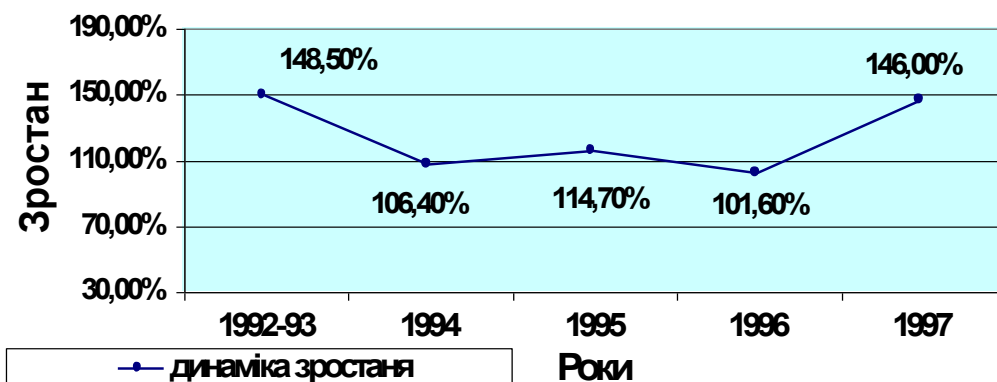


Рис. 1.2. Зростання кількості малих підприємств в Україні в 1992-1997 рр.

А вже на початок 1998 р. у державі налічувалося більше 136 200 малих підприємств.

Таким чином, можна стверджувати що підприємництво в Україні, пройшовши етап початкового зародження, вступило у другий – бурхливого становлення і зростання. Проте, на початку ХХІ ст. цей процес уповільнюється. Останнє явище не спостерігалось ні в одній країні, що здійснює реформи. Це свідчить про незадовільне середовище не тільки для розширення сектора малого бізнесу, але і для підприємств, що існують сьогодні [95].

Аналіз розподілу малих підприємств по галузях народного господарства свідчить про зменшення питомої ваги малих підприємств майже у всіх областях економіки, за винятком торгівлі, громадського харчування і матеріально-технічного постачання. Малі компанії концентруються в областях, де швидко скуповується капітал і не потрібно великих матеріальних витрат та інвестицій для ведення бізнесу (див. рис. 1.3). Багато малих підприємств синхронно займається декількома видами діяльності. Намітилася чітка тенденція скорочення малих підприємств в промисловості і будівництві.

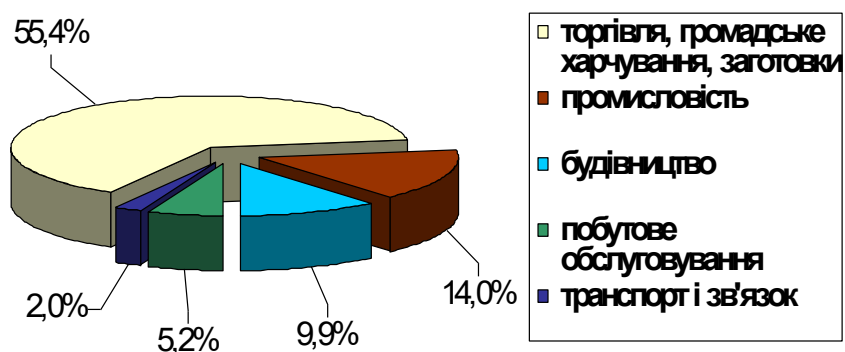


Рис. 1.3. Розподіл малих підприємств по галузях народного господарства

В процесі розвитку на межі ХХ-ХХІ ст. в Україні зберігалася тенденція нерівномірного розподілу малих підприємств по областях (див., наприклад, дані за 1991-1996 рр. у табл. 1.1). Він обумовлений різними територіальними умовами: економічним потенціалом, ресурсним забезпеченням, спеціалізацією

регіонів, рівнем інвестиційної активності, станом ринкової інфраструктури, відносинами між державними органами і підприємницькими структурами. Ці регіональні особливості слід враховувати у заходах державної підтримки.

Таблиця 1.1

Кількість і розподіл малих підприємств по регіонах

| Область | 1991 | 1995 | 1996 |
|-------------------------|-------------|--------------|--------------|
| Україна | 4326 | 13234 | 12753 |
| Автономна Р. Крим | 232 | 458 | 731 |
| Вінницька | 88 | 252 | 287 |
| Волинська | 134 | 142 | 142 |
| Дніпропетровська | 302 | 1267 | 1040 |
| Донецька | 565 | 2103 | 1864 |
| Житомирська | 50 | 200 | 193 |
| Закарпатська | 76 | 184 | 239 |
| Запорізька | 220 | 796 | 805 |
| Івано-Франківська | 160 | 393 | 341 |
| Київська (без м. Києва) | 157 | 361 | 463 |
| Кіровоградська | 58 | 123 | 166 |
| Луганська | 213 | 624 | 672 |
| Львівська | 182 | 748 | 715 |
| Миколаївська | 150 | 400 | 352 |
| Одеська | 235 | 548 | 324 |
| Полтавська | 107 | 275 | 303 |
| Ровенська | 108 | 256 | 251 |
| Сумська | 123 | 217 | 194 |
| Тернопільська | 41 | 134 | 153 |
| Харківська | 309 | 1472 | 1474 |
| Херсонська | 65 | 112 | 107 |
| Хмельницька | 88 | 256 | 243 |
| Черкаська | 77 | 298 | 273 |
| Чернівецька | 75 | 212 | 224 |
| Чернігівська | 44 | 124 | 122 |

Зважаючи на надмірне державне регулювання підприємництва, що поступово стало гальмівним фактором розвитку ринкової економіки, суттєвою відзнакою провадження державної регуляторної політики в 2005 році стало застосування так званої «регуляторної гільйотини», що дозволило за короткий

проміжок часу переглянути і скасувати ряд регуляторних актів, які не відповідають вимогам ринкової економіки [44, с. 5].

Іншим сигнальним кроком стало прийняття в 2005 р. Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», адже сформована в попередні роки система видачі дозвільних документів характеризувалась наявністю невиправдано широкого переліку документів, нормативно-правовою суперечливістю, нечіткістю дозвільних процедур та відсутністю ефективно функціонуючого організаційно-правового механізму видачі документів, що створювало підґрунтя для хабарництва [43, с. 5].

Державний комітет з питань регулятивної політики і підприємництва України прогнозує, що до 2015 р. в країні число суб'єктів малого бізнесу складе більше 4,6 млн. одиниць, а число громадян України, зайнятих в них, перевищить 10 млн. чоловік. Про це повідомили у прес-службі Держпідприємництва. У прес-службі також відзначили, що процес розвитку підприємництва в Україні проходитиме по трьом нерівномірним етапам, що пов'язується з подальшим удосконаленням законодавства у сфері ринкових галузей економіки і правовим регулюванням сфер підприємницької діяльності:

- у 2004-2006 рр. – щорічне збільшення кількості суб'єктів малого бізнесу планується до 12,4%, об'ємів виготовленої продукції і наданих послуг підприємствами малого бізнесу – до 16,7% щорічно;

- у 2006-2012 рр. – збільшення числа суб'єктів малого бізнесу прогнозується на 7,1% щороку, темпи зростання об'ємів виготовленої продукції і наданих послуг малим бізнесом випереджатимуть кількісне збільшення і очікуються на рівні до 9,3% щорічно;

- у 2012 - 2015 рр. – темпи зростання кількості суб'єктів малого бізнесу складуть, за прогнозами, до 6,8% щорічно, об'єм виготовленої продукції і наданих послуг – до 9% [82, с. 13-14].

Таким чином, можна зробити кінцевий висновок із даного підрозділу про те, що загальна логіка і послідовність періодів розвитку підприємництва в Україні повторює його онтогенез у світовому русі. Але на межі ХХ –

XXI століть спостерігаються значні відхилення, проблеми, яких не було в розвитку підприємництва в розвинутих країнах, які пройшли цим шляхом реформ. Детальніше на цих проблемах доцільно зупинитись у третьому розділі.

1.3. Принципи і методи дослідження синергетичного дискурсу підприємництва

У концептуальному плані всі соціально-філософські дослідження різних аспектів проблематики підприємництва здійснюються в межах філософії економіки. Тому, перед тим, як висвітлити конкретний методологічний інструментарій дисертації, важливо розставити кілька світоглядних акцентів.

Для визначення світоглядно-методологічних засад даного дослідження корисним є розведення філософії господарства і філософії бізнесу, запропоноване в дисертаційному дослідженні Т. Глушко [див.: 30]. Щоправда, перш ніж звернутись до нього, необхідно конкретизувати наше розуміння співвідношення понять «бізнес» і «підприємництво».

Серед існуючих трьох підходів до співвідношення понять «бізнес» і «підприємництво» (як синоніми, «бізнес» ширше за «підприємництво» і «підприємництво» ширше за «бізнес» [див.: 127, с. 8-9]) ми більш правомірним вважаємо перший, тим більше, що в контексті даної теми їх розведення не є принциповим. Отже, «філософія підприємництва» і «філософія бізнесу» – в нашому тлумаченні синонімічні поняття.

Отже, «бізнес» і «підприємництво» постають синонімічними за змістом поняттями, з тією лише відмінністю, що «бізнес» акцентує на суб'єктивній стороні (це ніби погляд з боку підприємця), а «підприємництво» – на об'єктивному розгортанні цього соціального феномена. Господарство ж традиційно визначають як систему природокористування людини і суспільства [164, с. 78].

У своїй дисертації Т. Глушко детально аналізує філософію господарства та філософію бізнесу як різні парадигми філософсько-економічного знання. При цьому значну увагу приділено також дослідженню особливостей функціонування економічної свідомості у господарстві та бізнесі та визначенню соціально-творчого змісту таких структурних рівнів філософсько-економічного знання, як філософія господарства та філософія бізнесу.

Автором констатується, що такі парадигми філософського аналізу економічного мислення як філософія господарства та філософія бізнесу, не зважаючи на свою спорідненість, сформовані на основі різних методологічних підходів до реалізації так званої моделі «економічної людини». Одна з них спирається на перспективи індивідуального економічного світогляду, а інша – колективного.

Використання такого підходу дозволяє стверджувати, що філософія бізнесу та філософія господарства є такими протилежностями соціально-економічної реальності, які втілюють своєрідні стратегії соціального розвитку, різні парадигми економічного мислення, а основним показником розмежування господарської свідомості та бізнес-діяльності виступає феномен індивідуальної економічної свободи.

Тоді філософія господарства, як один із векторів філософсько-економічного знання, може бути представлена як лінійна система економічного розвитку, засобами якої формуються алгоритми соціально-економічної діяльності, що свідчить про притаманну їй телеологічність і замкненість господарських зв'язків у межах одного суб'єкта, філософія бізнесу, у контексті такого аналізу, постає як особлива форма практичної діяльності, що функціонує у відповідності з принципом нелінійності.

У термінах соціальної синергетики, тобто теорії соціуму як системи, що здатна до самоорганізації, філософія бізнесу і підприємництва постає, таким чином, не лише як провідний фактор соціалізації економічного суб'єкта, але і як джерело екстерналізації економічного знання. Тому соціально-творчий потенціал філософії бізнесу розкривається в контексті ефекту синергії як

наслідку органічної взаємодії у межах цілісної економічно-господарської системи індивідуальних економічних свобод. Тому Т. Глушко демонструє, що в межах економічної системи, як цілісної світоглядної парадигми, бізнес та господарство постають як взаємозалежні структури, що перебувають у гармонійній взаємодії [30].

У зв'язку з динамічністю предмета нашого дослідження, з його складністю і багатокомпонентністю – методологічний фундамент роботи міститься в рамках *діалектичного і синергетичного підходів*. Перший орієнтує нас на вивчення всіх явищ у їх взаємозв'язку і постійному розвитку – тому тільки за допомогою принципів діалектики можна змодельовати механізм детермінації підприємницької діяльності в діалектичній єдності її внутрішніх чинників і зовнішнього державного регулювання. Синергетичний же підхід розвиває і поглиблює зміст діалектичного, наголошуючи на самоорганізації соціальних систем, нелінійності розвитку, можливостях резонансного впливу на процеси саморозгортання соціального світу.

Каркас матеріалістичної діалектики складають принцип матеріальної єдності світу, принцип взаємного зв'язку всіх явищ і їх постійного розвитку; а також три основні закони:

- закон єдності і боротьби протилежностей (що викриває джерело розвитку);
- закон переходу кількісних змін у якісні (що демонструє механізм розвитку);
- закон заперечення заперечення (пояснює напрям, або тенденції розвитку).

Що ж до каркасу синергетичного підходу, то в цьому питанні ще немає остаточної наукової єдності.

Російські науковці В. Аршинов і В. Буданов пропонують виділяти сім принципів синергетики: два принципи буття (гомеостатичність та ієрархічність) та п'ять принципів становлення (нелінійність, нестійкість, незамкненість, динамічна ієрархічність, спостережливість) [9, с. 79].

Більш структуровану і деталізовану систему принципів синергетики подає Г. Нестеренко [114, с. 12] Авторкою запропоновано поділ принципів синергетики на принципи становлення, принципи буття і принципи розвитку.

До принципів становлення віднесено:

- принцип самовідтворення систем (збереження власних параметрів складної системи є її власною проблемою і завданням, оскільки всі її функції в кінцевому рахунку спрямовані на власне відтворення);
- принцип конструктивності хаосу (згідно якого хаос постає не тільки руйнуючим, а й творчим началом, конструктивним механізмом еволюції);
- динамічної ієрархічності (який дозволяє описати механізм виникнення параметрів порядку на одному з рівнів: мега-, макро- та мікро-, які знаходяться в ієрархічній залежності).

До принципів буття:

- принцип самоорганізації (яку можна визначити як сукупність процесів, у ході яких створюється, підтримується, відтворюється чи вдосконалюється структура системи і які спрямовані на збереження її цілісності);
- принцип відкритості систем як визначальної умови самоорганізації (відкритими вважаються ті системи, які мають можливість вільного багатостороннього обміну речовиною, енергією та інформацією);
- принцип ентропійного коридору (який визначає межі, припустимий рівень неупорядкованості і впорядкованості системи);
- принцип підкорення (згідно якого кожен систему характеризують її власні змінні, що визначають рамки і специфіку цих процесів, – так звані параметри порядку);
- принцип резонансного впливу (головною є не сила впливу, а його топологічна орієнтація: якщо вірно визначити точку впливу та спосіб резонансної ініціації подій, можна за допомогою слабкої дії отримати надзвичайно ефективний результат);

– принцип нестійкості (в точці нестійкої рівноваги система характеризується високою чутливістю до слабких сигналів);

– принцип кооперативних ефектів (якщо елементи системи діють узгоджено в напрямі спільної мети, спостерігається синергетичний ефект – результати їх колективної дії не дорівнюють алгебраїчній сумі результатів дій окремих елементів, а перевищують її).

I, нарешті, *принципами розвитку* визначено:

– принцип постійних флуктуацій (система постійно відчуває малі збуджуючі впливи, і вони перманентно спричинюють слабкі відхилення параметрів системи);

– принцип біфуркації (у певні моменти самоорганізації, коли під впливом об'єктивних обставин стара структура системи і шлях її розвитку перестають бути адекватними, система опиняється перед вибором із чисельності варіантів подальшої еволюції);

– принцип поліваріантності розвитку систем;

– принцип нелінійності (що означає можливість неочікуваних (емерджентних) змін напрямів розгортання процесів, а тому її визнання викриває ненадійність прогнозів-екстраполяцій від наявного);

– принцип необоротності змін (виникнення нових параметрів порядку – це подія, яка не має зворотного руху);

– принцип дії атракторів (у відкритому нелінійному середовищі без зміни його власних параметрів, при варіюванні тільки зовнішнього початкового впливу на нього, здатні виникати різні структури – атрактори, в яких втілюється мета процесу в конкретний період самоорганізації);

– принцип і розвитку в режимі із загостренням (який розкриває закономірності та умови перебігу надшвидких, лавиноподібних процесів нелінійного самостимульованого росту) [дет. див.: 115, с. 54-60].

За допомогою конструктивного поєднання методологічних потенціалів діалектичного і синергетичного підходів дисертаційне дослідження зорієнтоване на соціально-філософський аналіз підприємництва як

комплексного соціального явища в цілісній єдності його компонентів, яке детермінується, з одного боку, внутрішніми чинниками (самоорганізацією), з іншого – зовнішніми (сконцентрованими в заходах із державного регулювання).

Оскільки невід’ємною стороною феномена підприємництва є підприємницька діяльність, то вагому роль у даному дослідженні відіграє *діяльнісний підхід* та його основоположний принцип зв’язку свідомості та діяльності, який дає можливість найповніше зрозуміти такий складний феномен, як підприємництво.

Діяльнісний підхід до проблеми свідомості отримав розвиток у працях таких філософів, як С. Ільєнков, М. Мамардашвілі, І. Нарський, В. Швирьов та ін., а також багатьох психологів: Л. Виготський, А. Брушлінський, П. Гальперін, О. Леонтєв, А. Лурія, В. Петренко, С. Рубінштейн, В. Столін та ін.

Під діялісним підходом розуміється «сукупність теоретико-методологічних та конкретно-емпіричних досліджень, в яких психіка та свідомість, їх формування та розвиток вивчаються в різних формах предметної діяльності суб’єкта або розглядаються як особливі форми (види) цієї діяльності, похідні від зовнішньо практичних її форм [92, с. 89]».

Виходячи з трактування О.Леонтєвим принципу єдності свідомості та діяльності, як найпереконливішого, на наш погляд, можна відмітити, що тісний зв’язок витікає, *по-перше*, з тієї обставини, що діяльність завжди включає як необхідний компонент акт свідомості у вигляді постановки суб’єктом мети, але даний акт свідомості не замкнений у самому собі, а «розкривається» у діях індивіда; *по-друге*, з тієї обставини, що діяльність завжди є активністю особистості, яка спрямована на досягнення мети; *по-третьє*, компоненти свідомості та діяльності розвиваються тільки в процесі взаємодії людини зі світом.

Важливим наслідком цього принципу для нашого дослідження є необхідність вивчення підприємницької діяльності і підприємницької свідомості та їх взаємної детермінації.

Розглядаючи взаємозв'язок свідомості та діяльності, необхідно підкреслити, що це не однопорядковий зв'язок, а взаємодія, що вимагає участі обох сторін, та відкладає відбиток на взаємодіючі компоненти. Активно перетворюючи оточуючий світ, реалізуючи в ньому свої індивідуальні для себе наслідки дій інших людей та залежно від цього активно сприяючи або перешкоджаючи їм, суб'єкт сам творить ті зовнішні впливи, які потім спонукають його до нової діяльності. Змінюючи оточуючий світ, суб'єкт у той же час змінює й самого себе, свої знання, потреби, інтереси, здібності, способи впливу та перетворення світу, свої особистісні якості, всю структуру своєї свідомості.

Звідси виходить, що для дослідження феномена підприємництва необхідно вивчати, як складаються життєві відносини людини в тих чи інших суспільно-історичних умовах та яка та сама побудова діяльності, що дані відносини породжує. «У цьому випадку, – пише О.Леонт'єв, – необхідно розглядати, як разом зі змінами побудови діяльності людини змінюється і внутрішня побудова її свідомості [99, с. 295]».

Отже, підприємницька свідомість та підприємницька діяльність тісно пов'язані між собою. Усі психічні процеси (вольові, емоційні, пізнавальні) не замкнуті всередині свідомості, а завжди протікають у якійсь діяльності.

Таким чином, принцип зв'язку свідомості та діяльності поряд з іншими принципами дозволяє вивчати досліджуваний нами феномен в усій його повноті та цілісності.

Окреслені методологічні підходи, в рамках яких здійснюється дане дослідження, деталізуються в низці принципів і методів, бо, як говорив Декарт, «вже краще зовсім не подумувати про відшукання яких би то не було істин, чим робити це без жодного методу [41, с. 80]». Далі ми висвітлимо систему методологічного інструментарію даного дослідження, яку ми створили за допомогою низки джерел, безпосередньо присвячених опису наукової методології [див., напр.: 18; 81; 90; 94; 124; 161].

Як показує М. Савостьянова, метод наукового дослідження може бути представлений як сукупність систематизованих пізнавальних операцій, певним чином субординованих і відповідних предмету і меті наукового дослідження. Для того, щоб метод був ефективний, він повинен бути адекватний досліджуваному об'єкту [див. дет.: 152].

Не тільки метод визначає результат пізнання об'єкта, але і об'єкт задає діапазон методів, ефективних для його вивчення. Таким чином, природа метода і об'єкта в деякому роді мають щось споріднене один одному, а тому застосування того або іншого методу до об'єкту може бути природним і ефективним або недоречним і безрезультатним. Як говорив Гегель, метод «не має чогось відмінного від свого предмета і змісту, бо рухає вперед зміст усередині себе, діалектика, яку він має в самому собі [29, с. 27-28]».

Дуже значна відмінність об'єктів реальності, мабуть, і є та причина, яка накладає природні обмеження на спроби створити єдиний універсальний метод їх вивчення. У науці зустрічається домінування окремих методів, проте, це домінування не можна ототожнювати з абсолютизацією методу. Функціональні можливості методу завжди мають межі, тому і доводиться для дослідження одного предмета користуватись цілою системою методів.

Разом із тим, методи як способи практичного провадження наукового дослідження, завжди спираються на систему принципів. Метод також може міняти свій зміст не тільки залежно від характеру досліджуваного предмету і завдань пізнавальної діяльності, але і залежно від етапів пізнання. Як відзначає Г. Подкоритов, «на початку пізнання в ролі методу виступає принцип, керівна ідея. Коли ж дослідник безпосередньо приступає до аналізу свого предмета, в ролі методу виступають пізнавальні процедури, методика дослідження. На завершальному етапі набувають чинності операції підтвердження і перевірка знання [132, с. 18]».

На відміну від методу, принцип тільки вказує стратегічний напрям і специфіку дослідження і не є безпосереднім знаряддям пізнання.

Принципи складають основу функціонування наукових понять, основу системи методів дослідження. Наприклад, на основі принципу розвитку функціонує генетичний, порівняно-історичний методи, метод передбачення явищ. Як висловився Г. Подкоритов, «філософський метод – це уміння оперувати поняттями і принципами [132, с. 40]». Але для того, щоб здійснити це завдання, необхідно раніше провести синтез наявного знання і підвести думки і поняття під принципи і ідеї.

Принципи відображають як об'єктивну реальність, так і суб'єктивну і є началом, підставою, початковим положенням явищ дійсності і їх пізнання. Таким чином, принцип виступає відразу в двоякій ролі – це і знання про дійсність, і засіб її пізнання. Структурно принцип є складнішим утворенням, ніж поняття або закон. Принципи – чисто гносеологічний феномен. Користуючись висловом В. Голованова, «принцип – це закон в гносеологічній функції [31, с. 82]», оскільки принципи виникають в результаті узагальнення досвіду пізнання у формі знання, теорії. В деякому розумінні принципи є не початковим пунктом дослідження, а його завершальним результатом, віддзеркаленням пізнавальної діяльності, практики наукового пізнання. Вони створюються на основі знань і функціонують як операція знаннями, як організація їх в цілях досягнення наукового результату.

Принцип з неминучістю указує домінуючу сторону, що веде момент в розвитку явищ, оскільки саме він складає основу для побудови системи знань, для викладу того або іншого учення. Так, принципами побудови філософської системи у Гегеля є: тотожність мислення і буття, сходження від абстрактного до конкретного, єдність логічного і історичного. «Принципи рівності, демократичного централізму, матеріальній зацікавленості лежать в основі організації суспільно-політичної діяльності членів соціалістичного суспільства», – як відзначав Г. Подкоритов [132, с. 96].

Система єдиноспрямованих принципів і методів дослідження називається методологічним підходом – стосовно нашої роботи ми їх уже висвітлили, тепер лишилося деталізувати їх через методи й принципи.

У рамках окреслених методологічних підходів важливими для формування авторської концепції стали принципи холізму (цілісності), історизму, взаємозв'язку історичного і логічного, принципи сходження від абстрактного до конкретного і взаємозв'язку теорії з практикою.

Принцип цілісності можна охарактеризувати як свого роду узагальнення, трансформацію категорій «частина» та «ціле», законів їх взаємодії. Частина і ціле тісно пов'язані між собою. Ціле має смисл тільки по відношенню до частин, з яких воно утворено, а частина немислима поза цілого. Як справедливо зазначає Т. Павлов, «якщо ціле не складається з різних частин, воно не є і не може бути цілим. Частини, зі свого боку, якщо не мають особливостей саме як частини, не можуть бути частинами свого цілого, і значить, ціле не було б їх цілим, а частини не були б його частинами [125, с. 47]».

Призначення принципу цілісності полягає в отриманні знань про організацію та устрій тієї чи іншої системи, про закони та механізми, що забезпечують стабільність цієї цілісності, а також фактори та закони її зміни та розвитку. Даний принцип дозволяє розкрити багатоманітність внутрішніх зв'язків, які забезпечують не тільки цілісність тієї чи іншої системи, але і її зв'язки з іншими системами.

У нашому випадку це створює можливість прослідкувати взаємозв'язок внутрішнього та зовнішнього, індивідуального та суспільного, об'єктивного і суб'єктивного, самоорганізаційного і державноуправлінського в детермінації феномена підприємництва, з одного боку, а з іншого, – уявити кожну з його сторін як складову комплексного інтегративного соціального утворення, в якому всі елементи взаємопов'язані та взаємообумовлені, так що неможливо зрозуміти ціле без будь-якого з них.

При цьому необхідно мати на увазі, що завдяки інтеграції властивостей частин, які складають ціле, вони набувають нових якостей, внаслідок чого дані частини істотно відрізняються від просто суми частин. Тому неправомірно розглядати феномен підприємництва як просту алгебраїчну «суму»

ініціативних творчих дій і діяльності окремих підприємців, як «суму» самих підприємств.

Таким чином, принцип цілісності, виконуючи важливу методологічну функцію в аналізі явищ, допомагає розкрити та детально розглянути багато аспектів, які пов'язані як із вивченням природи підприємництва, так й із виявленням механізмів функціонування та розвитку цієї складної системи, детермінації його становлення та розвитку в сучасній Україні.

Принцип історизму забезпечує вивчення явища з погляду того, як воно колись виникло, які головні етапи у своєму розвитку проходило, чим стало в цей час і чим буде в майбутньому. Діалектичний розвиток предмета характеризується спрямованістю, послідовністю, необоротністю, збереженням досягнутих результатів, наступністю, запереченням. Відповідно до історизму соціальні явища характеризуються закономірним, спрямованим і необоротним розвитком, прогресивною тенденцією, боротьбою внутрішніх протиріч на кожному даному етапі історії. Цей принцип необхідний у нашому дослідженні, адже одним із завдань є простежити історію розвитку підприємництва в Україні. Ми також виділяємо низку етапів і спільних тенденцій історичного розвитку підприємництва у світі загалом.

У межах історичного принципу активно застосовується порівняльно-історичний метод – сукупність пізнавальних засобів, процедур, які дозволяють виявити схожість і відмінність між явищами, що вивчаються, визначити їхню генетичну спорідненість (зв'язок за походженням), загальне й специфічне в їхньому розвитку. Ми теж до нього звертаємось, адже загальносвітовий розвиток феномена підприємництва містить, користуючись термінами генетики, філогенетичні тенденції, а розвиток підприємництва в Україні співвідноситься з ним як онтогенез. Тому цікаво простежити, чи дійсно тут виправдовується співвідношення філогенезу з онтогенезом – коли в онтогенетичному розвитку повторюються загальні філогенетичні закономірності, але з певною специфікою прояву в тому чи іншому соціальному організмі.

Принципи історизму пов'язаний і з загальнонауковим принципом *взаємозв'язку історичного і логічного*. Останній є складним й охоплює ряд моментів у співвідношенні історичного і логічного. По-перше, логічне є уявне відбиття історичного, а історичне є реальним процесом. Отже, це і є співвідношенням уявного і реального. Проте в логічному мисленні відбивається не всяке історично, а тільки те, що закономірно і не втрачається, а зберігається у процесі історичного розвитку, виступає як співіснуюче в сучасному, тоді як історичне відбиває будь-який, у тому числі й випадковий, перебіг подій і явищ послідовно у часі. Звідси випливає, що друге співвідношення логічного й історичного представлене як співвідношення співіснування і перебігу в часі.

Нарешті, те, що є закономірним, збереглося і розвинулося в сучасному, являє собою розвинений об'єкт. Логічний розгляд стає тотожним до відображення розвиненого об'єкта, а історичний – до процесу становлення об'єкта.

Третій момент у прихованому вигляді містить і два попередні. З урахуванням цього логічне може бути визначене як уявне відображення історичного, представленого в закономірній, звільненій від випадковостей формі, притаманній самому реальному рухові, і розглянутого в точці найвищого розвитку. Якщо завданням оперування є проникнення в об'єкт дослідження, то теоретичним відтворенням є відображення логічних ступенів реального історичного руху. Досягнення єдності логічного й історичного є вищим принципом теоретичного відтворення. Теоретичне відтворення включає, по-перше, рух від загального через особливе до одиничного; по-друге, перехід від тотожності через відмінності до протиріччя; по-третє, єдність історичного і логічного.

Тому, на нашу думку, принцип взаємозв'язку історичного і логічного допоможе нам детальніше з'ясувати співвідношення між онтогенетичним і філогенетичним розвитком феномена підприємництва.

Також феномен підприємництва має бути досліджений в єдності теоретичних і практичних начал – тому ми спираємось на методологічний

принцип *єдності теорії і практики* в науковому дослідженні. Цей принцип вказує на двобічний взаємозв'язок між теоретичними і практичними аспектами пізнання: з одного боку, для того, щоб вивчити феномен підприємництва в його конкретному прикладному прояві, ми спочатку маємо зробити обґрунтовані теоретичні умовиводи на основі наявних напрацювань. З іншого ж боку, праксіологічний аналіз, виконаний в рамках окремих досліджень, стає підставою для створення нових концепцій і теорій на рівні наукового узагальнення.

Загальна логіка і напрям руху нашого дослідження детермінується принципом *сходження від абстрактного до конкретного*. Рух від абстрактного до конкретного в пізнанні означає сходження від неповного, часткового, фрагментарного до більш повного, цілісного і всебічного знання. Термін сходження фіксує ту обставину, що всі попередні поняття в русі не втрачаються, а зберігаються, входять у знятому вигляді в наступні.

Абстрактне є відверненим, а тому неповним, частковим, фрагментарним, нерозвиненим. На відміну від цього конкретне означає єдність різноманітного, синтез багатьох визначень і тому виступає як більш повне, всебічне, розвинене. Абстрактне і конкретне існують не тільки в мисленні, а становлять цілком реальний фрагмент, бік, форму дійсності. Якщо ми, наприклад, намалюємо м'яч у вигляді кола, то коло являє собою абстракцію м'яча, проте коло в даному випадку не тільки уявний образ м'яча, перенесений на папір, але й цілком реальний обрис предмета, його справжня форма. Якщо ж спробуємо за допомогою інших абстракцій відобразити обсяг, колір м'яча тощо, то будемо переходити від абстрактного до більш конкретного відтворення.

Разом із тим, абстрактне є необхідним на попередньому етапі вивчення того чи іншого явища. Із цим пов'язана необхідність залучення в нашій роботі загальнонаукового *методу абстрагування*. Роль абстракції пов'язана з необхідністю пізнання об'єктивних законів явищ і процесів у «чистому вигляді», відсторонюючись від впливу зовнішніх чинників.

Абстрагування (від лат. *abstraction* – віддалення) – метод наукового пізнання, що полягає в мисленнєвому виділенні суттєвих, найістотніших рис, відношень, сторін предмета. За його допомогою формується ідеальний образ реальності [171, с. 12]. Наукова абстракція підпорядкована певним вимогам:

- 1) треба знати, від чого ми абстрагуємось;
- 2) визначити, до якої межі можна конкретно абстрагуватися;
- 3) треба мати на увазі, що інтервал абстрагування, в якому створюється ідеальний об'єкт для теорії, залежить лише від об'єктивних умов.

Процес абстрагування є складним, двоступеневим: спочатку відокремлюється суттєве від несуттєвого, загальне від одиничного, важливе від неважливого, а потім установлюється незалежність або слабка залежність об'єкта пізнання від певних факторів для того, щоб відвернутися від них.

Операція абстрагування застосовується як до реальних, так і до абстрактних об'єктів котрі раніше вже досягали певного ступеня абстракції.

В сучасній науці розрізняють абстракції таких видів:

- абстракція ототожнення (створення понять способом з'єднання кількох предметів в один клас без урахування їхніх несуттєвих відмінностей);
- ізолююча абстракція (виділення властивостей і відношень з позначенням їх «іменами», які надають абстракціям статус самостійних предметів);
- абстракція конструктивації (спрощення реальних об'єктів і відкриття на їхній основі певних законів, що дає можливість у першому наближенні зрозуміти їхню сутність);
- абстракція актуальної нескінченності (відвернення від незавершеності процесу виникнення нескінченної множини);
- абстракція потенційної здійсненності (перехід від реальних меж людських можливостей до потенційних).

У нашому дослідженні ми використовуємо абстракцію ототожнення, ізолюючу абстракцію, абстракцію конструктивації. За їх допомогою ми спочатку створюємо абстрактну картину феномена підприємництва як такого,

що детермінується самоорганізаційними чинниками і державним регулюванням, – а потім на цій основі звернемось до конкретних особливостей підприємництва в Україні.

Абстрактне відображення дійсності може бути представлене у моделі, тобто в теоретичних положеннях, математичних рівняннях, графіках тощо, які адекватно відбивають найсуттєвіші властивості об'єкта. Побудова моделей називається моделюванням і є важливим засобом пізнання соціальної дійсності. Сутність моделювання полягає у створенні штучного «двійника» досліджуваного предмета або для самого процесу вивчення (якщо предмет сам по собі недоступний), або для зведення отриманих умовиводів у певну ідеальну модель (на основі якої потім може провадитись практиологічний аналіз конкретного прикладу). Філософія завжди має справу з мисленнєвими, уявними, абстрактними моделями, які кладуться в основу вивчення емпіричної реальності спеціалізованими науками. Для нашого дослідження феномену підприємництва моделювання потрібне, щоб створити модель його двобічної детермінації зовнішніми і внутрішніми чинниками.

Моделювання завжди пов'язане з аналогією, і ми активно залуцаємо цей метод до нашого дослідження. *Аналогія* – це метод, відповідно до якого на підставі подібності предметів за одними ознаками робиться висновок про їх подібність за іншими ознаками. Аналогія, як і неповна індукція, сама по собі ще не може гарантувати достовірні висновки [170, с. 204], вона потребує залучення і іншого арсеналу, а також дотримання низки методологічних вимог.

Аналогія не дає достовірного знання: якщо роздуми за аналогії є істинними, то це ще не означає, що його результати будуть істинними. Для підвищення вірогідності висновків за аналогією необхідно прагнути, до того, щоб:

- були охоплені внутрішні, а не зовнішні якості об'єктів, які співпадають;
- ці об'єкти були подібні в важливих і суттєвих ознаках, а не в випадкових і другорядних;

– було забезпечено врахування не тільки подібностей, а й відмінностей – щоб останнє не перенести на інший об'єкт.

Загалом, у рамках означених методологічних підходів і принципів дисертаційного дослідження його провідними методами виступили: абстрагування, ретроспективний аналіз, гіпотетико-дедуктивний метод, аналогія, моделювання, систематизація, узагальнення та актуалізація. Окреслимо коротко ті, які ми ще не описали.

Ретроспективний аналіз – це вивчення історичного розвитку явища. «Ретроспекція, – написано у філософському словнику за редакцією В. Шинкарука [172, с. 576], – (від. лат. retro – назад і specio – дивлюсь) – 1) Погляд у минуле, аналізу минулих подій, вражень тощо. 2) Спосіб розгляду, осмислення суспільних ідей, подій сучасності під кутом зору минулого, звернення до минулого для виявлення в ньому зародків тенденцій, властивих сучасності. 3) Реакційний погляд на прогресивні соціальні ідеали як на такі, що вже існували в більш-менш віддаленому минулому». Ми використовуємо ретроспективний аналіз для вивчення розвитку підприємництва в минулому, етапів і закономірностей, що призвели до такого його сучасного стану і саме таких сучасних поглядів на його сутність і зміст.

Гіпотетико-дедуктивний метод є стрижнем будь-якого наукового дослідження, адже він полягає у висуванні гіпотез про причини досліджуваних явищ і виведенні висновків на основі цих гіпотез шляхом дедукції. Гіпотези завжди задають напрям, є першим кроком у провадженні дисертаційного дослідження. Так, у нашій роботі ми відштовхуємось від припущення про існування деяких глибинних, природних чинників розвитку підприємництва, пов'язаних зі сферою психології, культури – і що без відповідного перебігу процесів на цьому рівні неможливо вирішити чисельні актуальні проблеми вітчизняної сфери підприємництва.

Систематизація – специфічний метод дослідження, пізнавальний процес упорядкування деякої множини розрізнених об'єктів і знання про них. Упорядкування здійснюється шляхом встановлення єдності і відмінності

елементів, що підлягають систематизації, визначення місця кожного елемента відносно один одного. При цьому використовуються логічні операції порівняння, абстрагування, класифікації, аналізу і синтезу, опису та пояснення. Результатом систематизації є відповідна наукова система об'єктів і знань про них. Ми використовуємо систематизацію для зведення розрізнених відомостей про феномен підприємництва і створення соціально-філософської моделі його функціонування і детермінації його розвитку.

Для створення власних умовиводів шляхом критичного аналізу розрізнених поглядів, для створення висновків ми по всій роботі використовуємо наукове *узагальнення* – це метод наукового пізнання, за допомогою якого фіксуються загальні ознаки та властивості певного класу об'єктів та здійснюється перехід від одиничного до особливого та загального, від менш загального до більш загального [170, с. 84]. Узагальнення тісно пов'язане з методом *актуалізації* (від лат. поняття, що означає перехід буття з можливості в дійсність) [172, с. 16].

Отримання узагальненого знання означає більш глибоке відображення дійсності, проникнення в її сутність. Узагальнення – це спроба зробити висновок, відобразити основні результати в загальному положенні, надати узагальненого значення будь-чому.

Виділяють два види наукового узагальнення: 1) виділення будь-яких ознак (абстрактно-загальні); 2) виділення суттєвих ознак (конкретно-загальна, тобто закон).

Також, виділяють: 1) узагальнення від окремих фактів, подій до їх мисленнєвого вираження – індуктивне узагальнення; 2) від однієї думки до іншої, більш загальної – логічне узагальнення [163, с. 95].

У цілому, вся сукупність обраних методів даної роботи логічно вкладається в методологічну систему, утворену рамками діалектичного, синергетичного і діяльнісного підходів.

Висновки до першого розділу

У даному розділі дисертаційної роботи ми сформуваємо світоглядно-методологічне підґрунтя для подальшого виконання теоретичного аналізу феномена підприємництва.

По-перше, ми конкретизували соціально-філософське значення концепту «синергетичний дискурс сучасної підприємницької діяльності» – це сформований за допомогою принципів теорії самоорганізації складних систем теоретико-методологічний комплекс для пояснення закономірностей практичної активності людини, яка характеризується ініціативністю, творчістю і спрямована на задоволення потреби в споживанні і потреби в самореалізації і в соціальному успіху.

По-друге, ми простежили історичний процес розвитку підприємництва у світі і в Україні, що дало нам можливість виокремити етапи і виявити спільні риси в перебігу цих процесів, які співвідносяться як філогенез і онтогенез підприємництва.

По-третє, ми створили систему методологічного інструментарію даного дослідження, каркас якої складають синергетичний, діалектичний і діяльнісний підходи. Базовими теоретичними положеннями роботи є принципи цілісності, історизму, взаємозв'язку історичного і логічного, сходження від абстрактного до конкретного і взаємозв'язку теорії з практикою. Провідними методами є: абстрагування, ретроспективний аналіз, гіпотетико-дедуктивний метод, аналогія, моделювання, систематизація, узагальнення та актуалізація.

Далі ми переходимо до всебічного теоретичного аналізу феномена підприємництва і підприємницької діяльності.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ

ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

2.1. Самоорганізаційний потенціал сучасного підприємництва

Отже, показавши, що підприємництво є складним соціальним феноменом, основними аспектами якого є: сукупність суспільних процесів і інститутів, підприємницька діяльність як специфічна практична активність людини, підприємливість як здібність особистості, – ми вже створили підґрунтя для опрацювання гіпотези про те, що підприємництво може розгортатися в самоорганізаційному режимі, адже в ньому закладений необхідний для цього потенціал. І наразі нашим завданням є з'ясувати, з чого ж складається і чим забезпечується цей самоорганізаційний потенціал, завдяки якому підприємництво може розгортатися саме, навіть без потреби в спеціальних стимулюючих умовах.

При цьому термін «самоорганізація» ми визначаємо як «сукупність процесів, у ході яких створюється, підтримується, відтворюється чи вдосконалюється структура системи і які спрямовані на збереження її цілісності». Необхідно підкреслити, що самоорганізація є атрибутивною властивістю всіх складних відкритих систем, незалежно від їх природи. Тим самим, як влучно підкреслює В. Лутай, всі складні відкриті системи слід розглядати як особливі форми прояву цієї властивості, що, у свою чергу, ставить питання про взаємозв'язок усіх цих форм між собою, про універсальні закономірності їх історичного становлення [100, с. 128]. Тому ще можна говорити про універсальність й неперервність самоорганізації – на відміну від класичного лінійного уявлення про те, що все суще впорядковане, а безпорядки, які подекуди виникають, є частковими випадками порядку і можуть бути усунені діями його законів [113, с. 54-55].

Сучасна українська ринкова економіка базується на трьох основних положеннях: правова система (права власності), ринкова інфраструктура та підприємництво. Такий блок є неперевершеним за ефективністю господарським механізмом, в якому людина сприймається такою, якою вона є: з одного боку, індивідом, що переслідує власні інтереси, з іншого – творчою особистістю, що створює матеріальні цінності для інших та суспільства в цілому. Ще Адам Сміт у творі «Дослідження про природу і причини багатства народів» показав, що власний інтерес кожного окремої людини як члена суспільства, заснованого на розподілі праці призводить до отримання максимально можливих благ для усіх членів конкретного суспільства.

Головними передумовами цього виступають – власність, конкуренція, ринок і підприємницьке середовище. У першому наближенні можна сказати, що вони створюють *об'єктивні* самоорганізаційні підстави для розгортання підприємницької діяльності як вільної, ініціативної, творчої самодіяльності індивіда. До них долучається дія також *суб'єктивних чинників*, якими є складові спонукально-мотиваційного комплексу (потреби, інтереси, мотиви і стимули) особистості підприємця. Вони в комплексі об'єктивного і суб'єктивного є ключовими безпосередніми факторами, що детермінують і викликають до життя сам феномен підприємництва.

Разом із тим, є і фактори макросередовища, які створюють більш загальні рамки розгортання феномена підприємництва. Спектр їх досить широкий. Адже підприємництво як вид діяльності особистості охоплює сьогодні не лише виробничу сферу, а носить більш загальний характер і поєднує широкий спектр економічних, соціальних, психологічних, культурно-історичних, наукових, юридично-правових та інших сторін суспільного життя, як метод господарювання широко відомий та застосовується в країнах з розвиненою ринковою економікою, є об'єктивно існуючою дійсністю. Необхідно відмітити, що появі та ствердженню підприємництва сприяють ряд передумов, таких як: поява громадянського суспільства і правової держави; формування ідеї особистості, яка наділена від народження невідчуженими правами та

свободами, інтереси якої можуть вступати в конфлікт з інтересами суспільства і держави; ствердження ідеї невідчуженого права на приватну власність в сучасному її розумінні та пов'язаною з нею ідеєю економічної свободи, або свободи економічного вибору; відокремлення власності від державної влади і відповідно економічної влади від політичної; розділення економічної, соціальної і політичної сфер життя; виникнення ринкової економіки тощо.

Таким чином, основні об'єктивні *передумови* становлення підприємництва – демократичний устрій держави і розвиток громадянського суспільства. Це більш широкий рівень детермінації, дія якого опосередковується названими вище об'єктивними і суб'єктивними *факторами*.

Проаналізуємо детальніше суб'єктивні фактори становлення підприємництва, адже вони є найбільш глибинними, бо коріняться в першу чергу всередині особистості.

Як влучно підкреслюють Є. Сірій і С. Фаренік [154, с. 12-13], феномен підприємництва, його сутність і форми прояву треба розглядати в контексті *природи людини*. Адже людина за своєю природою – з одного боку, *споживач* (який задовольняє в діяльності свої вітальні потреби), з іншого – *творець* (який задовольняє в діяльності свою потребу в самореалізації, самовираженні тощо). Тому сутністю людини є діяльність, викликана суб'єктивними потребами і детермінована об'єктивними обставинами – діяльність, з одного боку, виробнича, з іншого – творча. Творчість іманентно притаманна людині, але вона не завжди реалізується у виробничій діяльності, коли для останньої достатньо простого відтворення за еталонами. Однак людині як споживачу властиве зростання потреб, тому за наявності достатніх підприємницьких здібностей і сприятливих об'єктивних умов актуалізація потреби у вільній творчості і професійній самореалізації переростає в підприємницький інтерес і стає джерелом підприємницької діяльності. Підприємницька діяльність є творчістю – сполученням свободи і необхідності, причому не лише свободи самореалізації особистості і необхідності задоволення її споживацьких прагнень, до цього також додається суспільна необхідність у тих чи інших

видах діяльності та в тих чи інших продуктах діяльності підприємця і суспільна свобода (дозволеність) розгортання цієї діяльності.

Можна говорити про два різновиди підприємництва залежно від *джерел*, що «запустили» його в кожному конкретному випадку. Вони різняться залежно від того, задоволення яких потреб: вітальних чи соціальних – було домінантним. Адже людина може розпочати підприємницьку діяльність як тоді, коли в неї все є і вона відчуває потребу збільшувати свій капітал за посередництвом творчої інноваційної діяльності, так і «від голоду» – коли не бачить інших шляхів задоволення вітальних потреб. Назвемо ці два різновиди *«підприємництво для досягнення»* (більшого прибутку) і *«підприємництво для уникнення»* (фізіологічного дискомфорту). У першому випадку джерелом підприємницької ідеї і подальшої діяльності для її реалізації виступають вітальні потреби. Саме вони на тлі несприятливих зовнішніх умов змушують людину до творчої інноваційної діяльності. У другому випадку підприємництво породжують три властиві людині прагнення: прагнення до свободи і самостійності, прагнення до нового в життєвому процесі і прагнення творчості.

Однак жорстко розділити ці два різновиди можна лише на папері, в реальності існує безліч перехідних форм між ними: адже тоді, коли підприємництво породжене вітальною потребою, потреба в самореалізації теж спонукає людину до дій (хоча і в меншому ступені). І навпаки. Тому є сенс говорити про те, що *підставою підприємництва* є творча діяльність людини, викликана специфічним сполученням вітальних потреб із потребою в самореалізації. Також вельми важливим є фактор задоволеності трудовою діяльністю [див. про це, напр.: 98], який у підприємстві досить активно працює.

Доречним у цьому контексті буде розуміння *самореалізації в економічній сфері* як діяльності зі створення та вдосконалення засобів виробництва, матеріальних благ, засобів їх споживання, розподілу та обміну. І вона, на наше глибоке переконання, постає тісно пов'язаною із *самореалізацією в соціальній сфері* – це спрямована на підтримання цілісності соціуму діяльність із

організації оптимальних суспільних відносин, діяльність із «побудови оптимально (у відповідності з вимогами історичного простору і часу) організованого суспільства [5, с. 16]». Саме така потреба в самореалізації, коли бажання економічної користі невідривне від прагнення соціальних зрушень у суспільстві, має складати джерело підприємницької діяльності.

Спираючись на чисельність робіт із проблематики підприємництва і підприємницької діяльності, до *сутнісних рис підприємницької діяльності* треба відносити:

- прагматичність;
- творчість;
- інноваційність задуму (проекту);
- матеріальність продукту;
- нестандартність дій.

Також зустрічається точка зору, що сутнісною рисою підприємницької діяльності є підприємливість як комплексна здатність особистості. Однак оскільки ми розглядаємо підприємливість і підприємницьку діяльність як дві сторони одного і того ж явища (першу – прихованою, другу – об'єктивованою), то нам так протиставляти їх немає сенсу.

Існує точка зору, що джерелом, первісною засадою, основоположним принципом підприємництва є раціональність діяльності людини [154, с. 53]. Якщо під «раціональним» розуміти «те, що обґрунтовано розумними доводами, систематизоване і т.п.», то ми не можемо з цим повністю погодитись. Так, дійсно було на початку зародження капіталізму – коли з «раціонального мислення» і «раціонального життя» вирости ідеї і здатність віддаватися своїй професійній діяльності як одна з характерних рис капіталістичної культури [25].

Але сьогодні, в умовах жорсткої конкуренції, частих ризикованих ситуацій, повсюдного хаосу в соціально-економічній сфері, необхідно долучати якомога більше ірраціональних чинників прийняття рішень у підприємстві. Творчість, осяяння, інтуїція – це самі ті фактори, що можуть породити

найкращу відповідь у підприємницькій ситуації, коли, здається, жодна з них не може врятувати від краху. Тому підприємництво сьогодні – це раціональна стратегія і ірраціональна тактика. *Раціоналізм лишається принципом, визначальним орієнтиром підприємницької діяльності, тоді як ірраціональність має активно залучатись до засобів реалізації підприємницьких дій.*

Підприємницьку діяльність можна представляти як систему певних елементів. Основними *елементами підприємницької діяльності* виступають:

- суб'єкт підприємництва з необхідними для цього здібностями;
- ідея;
- бачення шляху її реалізації (тобто сценарій, проект);
- потрібні ресурси;
- команда для реалізації проекту підприємницької діяльності.

Як суспільний феномен, підприємництво виконує і свою місію, і низку функцій у суспільстві. *Місія* підприємництва – сприяти якнайбільшому задоволенню потреби громадськості в споживанні матеріальних і духовних благ. До основних *функцій* підприємництва належать: ресурсна, організаторська і творча.

Ресурсна функція реалізується у мобілізації капіталу, трудових, матеріальних, інформаційних та інших ресурсів з метою їх продуктивного використання. Націленість підприємця на динамічну ефективність примушує його до постійного пошуку додаткових ресурсів. Якби підприємці не займалися мобілізацією потенційних ресурсів суспільства, більшість з них залишалися незатребувані.

Організаторська функція полягає у спрямуванні певної сукупності індивідів і ресурсів для виконання визначеного завдання. Мобілізовані ресурси здатні приносити користь їх власникові, підприємцеві і суспільству в цілому лише в тому випадку, якщо вони належним чином використовуватимуться. Тому підприємець бере на себе функцію організації виробництва, збуту, дослідження ринку, наукових розробок, тощо.

Творча функція підприємництва полягає у пошуку нових варіантів і нових сценаріїв виконання обраної суспільної місії. Підприємець постійно націлений на пошук нових рішень. Прагнення максимізувати прибуток або інший результат, що визнається підприємцем як мета своєї діяльності, не є кінцевим. Підприємець постійно шукає шляхи поліпшення власної справи. Появою безлічі оригінальних науково-технічних, економічних і організаційних рішень людство зобов'язане творчій функції підприємництва [23; 129, с. 8].

Крім специфічних рис і специфічних функцій, підприємництву властиві і загальні риси будь-якої економічної діяльності. Як економічна господарська діяльність, підприємництво характеризується певним змістом, спрямованістю, послідовністю процедур, що проводяться підприємцем. У літературі часто наводиться та чи інша логічна схема підприємництва як об'єктивного соціально-економічного феномена (див., наприклад, рис. 2.1).



Рис. 2.1. Загальна логічна схема розгортання підприємництва

(де T – товар, Γ_T – грошова виручка за товар, P – ресурси, Γ_P – грошові витрати на ресурси).

Підприємець, покликаний задовольнити запити певного круга споживачів в кінцевому продукті, продаючи їм товар T і отримуючи за це грошову виручку Γ_T . Кінцевий продукт підприємницької діяльності, що реалізовується споживачеві у вигляді товару, може бути найрізноманітнішим. Це все те, чого потребує споживач, і що здатний продати йому підприємець: будівлі, споруди, житло, майнові цінності, споживчі товари, інформація, інтелектуальний

продукт, гроші, валюта, цінні папери, всі види послуг (і освітні, також), будівельні та інші роботи.

Щоб реалізувати товар, його треба мати. Тому підприємець набуває, отримує або сам виробляє товар, здійснюючи його просування для продажу споживачеві, покупцеві. Процес отримання підприємцем продукту, необхідного споживачеві, вимагає для здійснення наявності ряду чинників підприємницької діяльності. Це все те, що використовує підприємець у власній діяльності, тобто засоби виробництва і звернення товарів у вигляді робочої сили, матеріальних, інформаційних, фінансових ресурсів, використовуваних для виробництва, транспортування, продажу товарів.

Частково підприємець може сам володіти такими чинниками-ресурсами (Р). Якщо ж він ними не володіє, то набуває чинників Р у їх володарів, власників за грошову суму G_P , а потім, з їх допомогою, виробляє, отримує, дістає і продає споживачеві товар Т. У простому випадку, коли ресурси самі і є потрібні споживачеві товари, підприємець набуває їх і продає споживачеві. У подібній ситуації він стає торговим посередником між власником товарів та споживачем [183; 23, с. 291-292].

Таким чином, схема підприємництва може бути представлена у вигляді логічної формули : $G_P - P - T - G_T$. Підприємець набуває за гроші G_P ресурси – засоби підприємницької діяльності Р, потім перетворює їх у товари Т, реалізує, у результаті отримує гроші G_T . Виручені, отримані у результаті гроші G_T повинні бути більше грошей G_P , витрачених на чинники, з метою отримання прибутку.

Доцільно подати і більш деталізовану принципову схему підприємницької операції, на якій зображені її учасники і відносини, що виникають між ними у процесі операцій зв'язку, товарних і грошових потоків, обміну (див. рис. 2.2). Дана схема представляє деталізовану загальну схему підприємництва, подану вище. Однак вона акцентує увагу на відносинах і взаємодіях підприємця з іншими суб'єктами ринку.

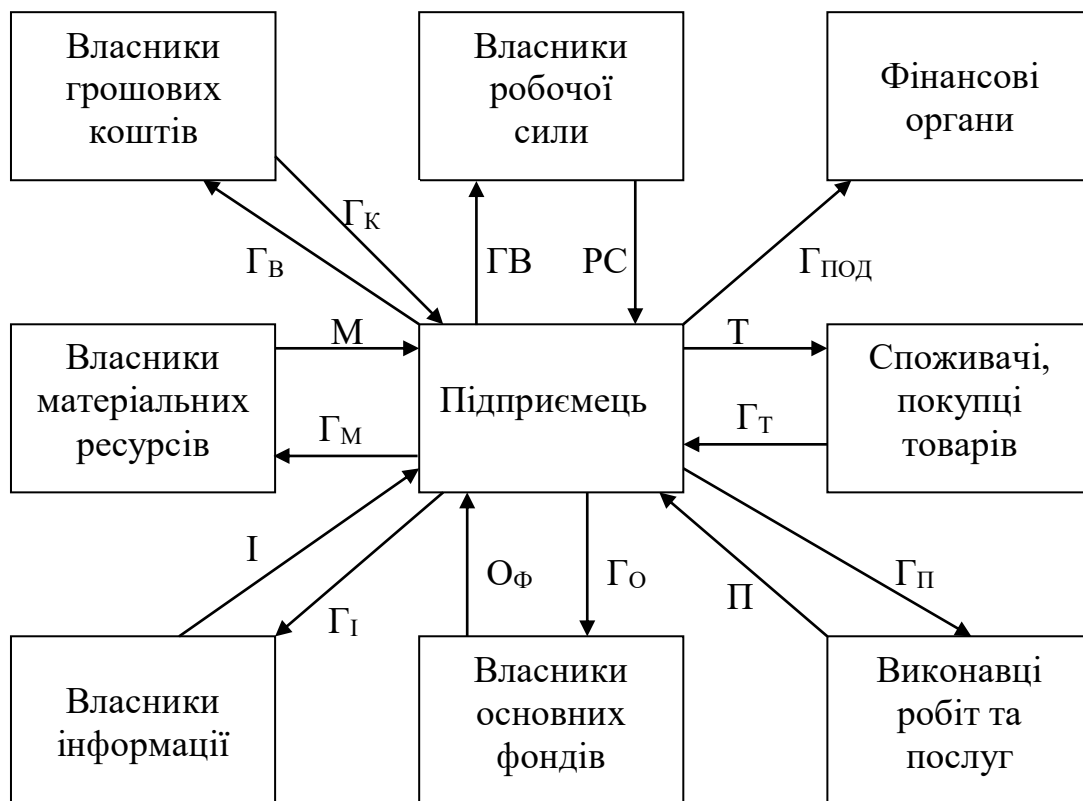


Рис. 2.2. Деталізована логічна схема розгортання підприємництва

(де T – товар, Γ_T – грошова виручка за товар, PC – робоча сила, Γ_B – грошова винагорода, M – матеріальні ресурси, Γ_M – грошові витрати на матеріальні ресурси, O_Φ – основні фонди, Γ_O – грошові витрати на оренду, I – інформація, Γ_I – грошові витрати на інформацію, Π – потрібні підприємцю послуги, Γ_Π – грошові витрати на отримання послуг, Γ_B – грошові витрати за власні ресурси, Γ_K – запозичений капітал, $\Gamma_{\text{под}}$ – податки)

Щоб реалізувати операцію, що полягає у результаті в продажі споживача, покупцям товару T за гроші Γ_T , підприємець, як уже згадувалося, повинен спочатку володіти чинниками, засобами, ресурсами підприємницької діяльності. Частково вони можуть бути у нього у наявності, частково йому доводиться набувати їх. Основним чинником підприємництва, як і будь-якого іншого виду діяльності, є робоча сила. Разом із власною працею підприємець привертає робочу силу PC у вигляді найнятих робітників, яким сплачує за їх

працю грошову винагороду, заробітну плату ГВ (включаючи відрахування на соціальне страхування працівників).

У більшості видів підприємництва для виконання підприємницької операції потрібні матеріальні ресурси у вигляді сировини, матеріалів, енергії, готових товарів. Отримуючи матеріальні ресурси М від їх володарів, підприємець сплачує їм грошові кошти Γ_M , тобто отримує матеріали в обмін на гроші. Іноді матеріальні ресурси отримуються шляхом бартерного обміну. При комерційному підприємстві придбані матеріальні ресурси можуть бути у вигляді готового товару.

Третій найважливіший вид необхідних для підприємництва чинників, засобів представляють основні фонди у вигляді будівель, споруд, приміщень, машин, устаткування, апаратури, обчислювальної і організаційної техніки. Відсутні у підприємця основні фонди O_F доводиться набувати, орендувати у їх володарів за гроші Γ_O .

Для проведення більшості підприємницьких операцій потрібна інформація у вигляді відомостей, даних, креслень технологій, проектів, знань, документів. Інформація у наш час коштує значних грошей. Щоб отримати невідому інформацію І, підприємець повинен заплатити за неї гроші Γ_I .

Разом зі згаданими ресурсами і чинниками підприємцеві можуть знадобитися роботи і послуги П, які він не здатний виконати власними силами. За надання послуг П треба сплачувати гроші Γ_P .

Проводячи підприємницьку операцію, підприємець витрачає і власні ресурси у вигляді своєї робочої сили, матеріалів, грошових коштів, інформації. Це внутрішні витрати, але і вони коштують грошей, загальна сума яких рівна Γ_B .

Окрім вказаних ресурсів і форм їх отримання підприємцеві часто доводиться вдаватися до придбання окремих ресурсів у борг, у вигляді позики. Адже йому потрібні ресурси, засоби ще до того, як вони будуть відшкодовані, окуплені у результаті продажу товарів і отримання грошової виручки Γ_T . Отже, підприємцеві необхідний початковий капітал. Якщо такого капіталу немає, то

доводиться його запозичувати (Γ_K). Запозичення може мати місце в натуральній, речовій та грошовій формах.

Якщо підприємець здійснює операцію успішно та отримує виручку за проданий товар, що перевищує витрати, то у результаті операції формується прибуток. Такий прибуток обчислюється за формулою (2.1):

$$\text{Пр} = \Gamma_T - \Gamma_{ЗВ} \quad (2.1),$$

де Пр – прибуток,

Γ_T – гроші за проданий товар,

$\Gamma_{ЗВ}$ – загальні (сукупні) витрати підприємства.

Проте, цей прибуток який називають також валовим прибутком або доходом, не дістається підприємцеві повністю. Він отримує тільки його частину, адже треба ще сплатити податки, внести платежі фінансовим органам в загальній сумі $\Gamma_{\text{ПОД}}$. Величина податків і платежів залежить від виду підприємницької діяльності, використовуваних ресурсів, пільг, що надаються. У результаті чистий, залишковий прибуток, який отримує підприємець, дорівнює:

$$\text{Пр}_ч = \Gamma_T - \Gamma_{ЗВ} - \Gamma_{\text{ПОД}} \quad (2.2),$$

де $\text{Пр}_ч$ – чистий (залишковий) прибуток підприємства,

Γ_T – гроші за проданий товар,

$\Gamma_{ЗВ}$ – загальні (сукупні) витрати підприємства,

$\Gamma_{\text{ПОД}}$ – загальна сума податків і платежів [55, с. 130-140; 80]

Виходячи з указаних розрахунків, підприємництво зазвичай вважається доцільним, якщо валовий прибуток складає не менш ніж 20% від рівня витрат.

Можна сказати, що наведена загальна і деталізована логічна схема розгортання підприємництва – це погляд з позиції економіки. Вона враховує і демонструє лише зовнішній бік явищ, не звертаючись до їх світоглядної складової.

З точки зору філософії така схема має бути розширена. Підприємництво можна уявити як складний соціально-економічний феномен, що породжується і частково детермінується чинниками самоорганізаційної природи. Такими чинниками є, як ми вже зазначали: потреба особистості в споживанні, потреби в самореалізації і досягненні соціального успіху, і також підприємливість як комплексна здатність, яка може бути виражена в різних людей по-різному.

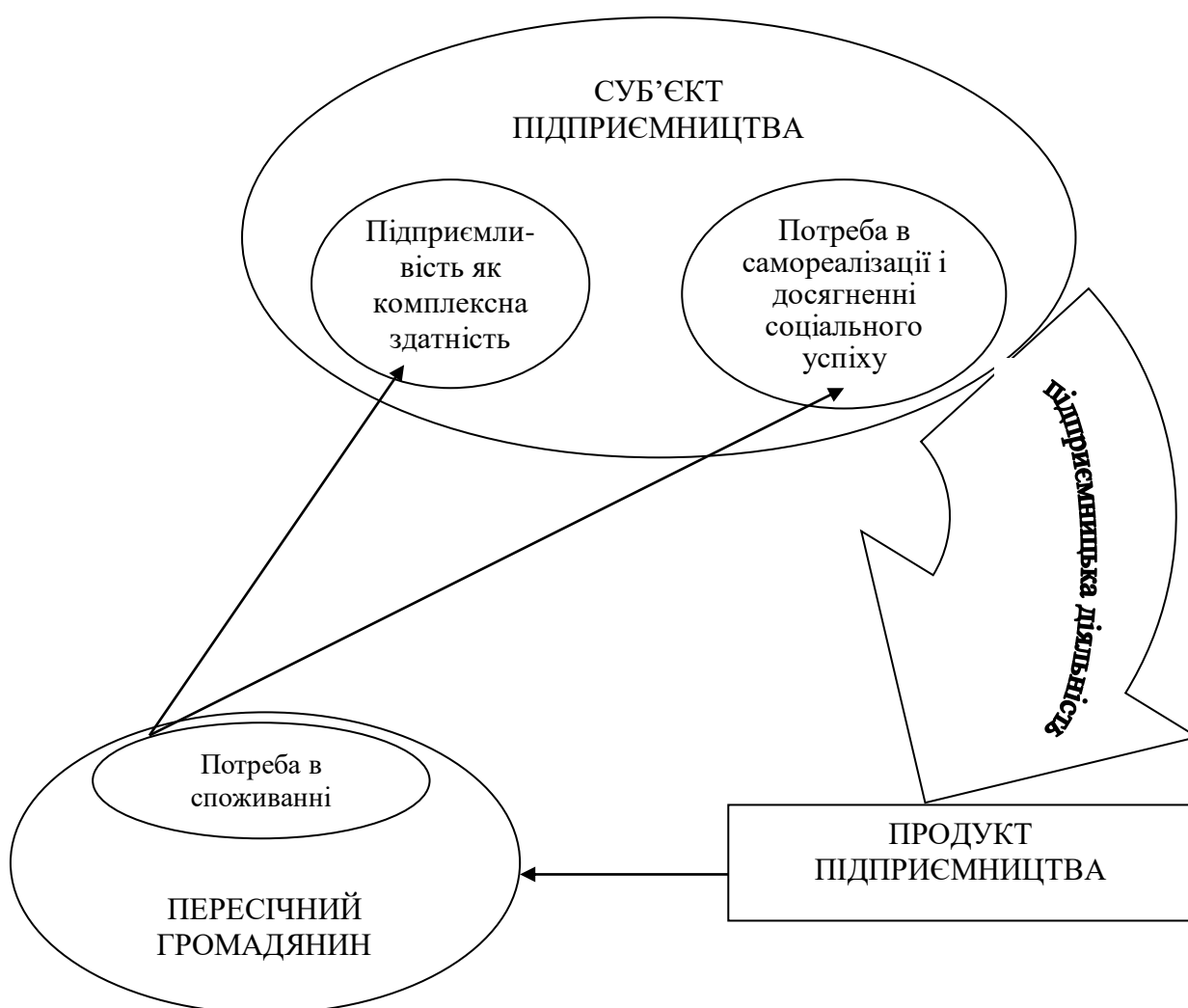


Рис. 2.3. Соціально-філософська модель саморозгортання підприємництва

Як бачимо із рисунку 2.3, потреба пересічного громадянина (широких верств населення) в споживанні стає імпульсом, що стимулює підприємливу людину до діяльності. Цей імпульс впливає, з одного боку, на потреби підприємливої людини в самореалізації і досягненні соціального успіху, з іншого боку, – на її здатність до підприємництва. Позитивно реагуючи на цей імпульс, підприємлива людина стає суб'єктом підприємництва. Вона реалізує свої прагнення і свої здатності в комплексі в підприємницькій діяльності, в результаті чого виробляє продукт підприємництва – за допомогою якого задовольняється потреба пересічного громадянина в споживанні.

Так функціонує самоорганізаційний механізм підприємництва.

Він є самоорганізаційним, оскільки практично повністю забезпечується природою людини, людських потреб та людської діяльності. Як свідчить аналіз, ядром, «двигуном» у цьому механізмі є потенціал самого підприємця – назовемо його «самоорганізаційним потенціалом підприємництва». Цей потенціал складається з потреб підприємця і з його здібностей (які до того ми називали суб'єктивними факторами підприємництва, але тепер бачимо, що більш влучно характеризує їх природу термін «самоорганізаційний потенціал»).

Спираючись на наведені і детально проаналізовані в підрозділі 1.1. дефініції, зокрема, на «соціологічні ескізи соціального портрета підприємця» [142, с. 27], найбільш комплексно підприємець може бути визначений як суб'єкт вільної, ініціативної господарської самодіяльності із виробництва продукції, котра включена в систему відносин приватної власності, здійснюється завдяки механізму ринкової конкуренції, спрямована на отримання максимально можливого прибутку або особисту самореалізацію і соціальне самоствердження, тісно пов'язана з ризиком.

Найбільш розширений перелік властивостей підприємця, які дозволяють нам побачити все багатство самоорганізаційного потенціалу самої підприємницької діяльності, на нашу думку, створили американські дослідники Г. Соломон і Е. Уінслоу на основі широкого комплексного аналізу поглядів різних науковців [184, с. 165]. Це наступний перелік якостей підприємця:

- ризикованість (здатність до ризику і вміння ризикувати);
- джерело формального авторитету і влади;
- новаторство, ініціативність, творчість;
- бажання і здатність до відповідальності;
- бажання досягнення мети і потреба в досягненні;
- честолюбство, прагнення до незалежності, бажання влади, бажання контролювати й керувати;
- енергія, стимул, завзятість і наполегливість;
- самоконтроль, бажання і здатність до нього;
- орієнтованість на прибуток;
- професіоналізм;
- особисті цінності, значимість підприємця як «особливого».

У складі суб'єктивних, внутрішніх чинників саморозгортання підприємництва важливими є підприємницькі потреби, інтереси, мотиви до діяльності.

Цікаве конструктивне визначення підприємницькому інтересу дає С. Фаренік. Підприємницький інтерес визначається як віддзеркалена у соціумній дійсності зустрічна пропозиція, яка містить заохочувальну чи спонукальну ініціативу, відповідну соціальну орієнтацію, а також осмислене намагання держави і суспільства створити суб'єктам господарювання сприятливі можливості та умови для зосередження на певних різновидах соціальних відносин з метою задоволення власних намірів, розрахованих на отримання прибутку та інших благ, не обов'язково матеріальних

Також автор у своїй дисертації розкриває ключове значення інтересів і потреб у підприємницькій діяльності з урахуванням діалектики їхнього взаємозв'язку. Інтереси і потреби, що мають місце у підприємстві, органічно пов'язані. Те, що у предметному світі виступає для підприємця як інтерес, має так чи інакше стати для нього і потребою. Таким чином, проблема інтересів як внутрішніх мотивів особистості перетворюється в проблему походження соціальних потреб, усвідомленого їхнього накопичення в соціальній реальності,

зокрема підприємницькій. При цьому як інтереси, так і потреби можуть відігравати і позитивну, і негативну роль.

С. Фаренік підкреслює, що при стійкому підприємницькому інтересі потреба буде довготривалою. Якщо ж він виявиться миттєвим або побічним, то усі ініційовані ним потреби просто відпадають. Інтерес пов'язаний насамперед з орієнтирами, потреба ж – із засобами, ресурсами; а також – методами і шляхами досягнення окремих підприємницьких цілей.

Автор обґрунтовує точку зору, що формування підприємницьких інтересів перебуває у прямій залежності від привабливості підприємницької ідеології, яка розглядається як система ідей, поглядів і уявлень про шляхи і перспективи розвитку вітчизняного підприємництва і водночас як ідейна основа розробки відповідними соціальними інститутами необхідних методичних рекомендацій і програмних завдань [169, с. 22-23].

Підприємницька діяльність організовується так, щоб всі дії здійснювалися за певний визначений час. Для цього підприємству необхідний високий рівень самоорганізації. Тривалість операції надає значний вплив на її ефективність, прибутковість. Зазвичай, чим коротше період операції, тим вище її ефект для підприємця.

З одного боку, знижуються витрати, а з іншого – збільшується оборотність грошових коштів, і тому менше грошей зв'язується в обігу. Таким чином, є підстави стверджувати, що важливим чинником підприємництва виступає час.

Підприємницька діяльність представляє сукупність послідовних або паралельних, операцій, що одночасно реалізуються. Кожна бізнес-операція – це один завершений цикл підприємництва. Відносно такої операції допустимо застосовувати термін «бізнес-операція».

У бізнесі під операцією розуміється заснована на письмовому договорі або усній угоді взаємодія двох або декількох господарських суб'єктів, осіб на користь отримання взаємної вигоди.

Залежно від змісту підприємницької діяльності та її зв'язку з основними стадіями відтворювального процесу розрізняють різні *види підприємництва*: виробниче, комерційне, фінансове, посередницьке, страхове, тощо [38, с. 22]. Ці різновиди демонструють основні специфічні напрями, в яких знаходить прояв, актуалізуючись у реальному бутті самоорганізаційний потенціал підприємництва.

Підприємництво називається виробничим, якщо сам підприємець безпосереднім чином, використовуючи як чинники знаряддя і предмети праці, матеріальні і нематеріальні ресурси, виробляє продукцію, товари, послуги, роботи, інформацію, духовні цінності для подальшого продажу споживачам, покупцям, торговим організаціям. Таким чином, функція виробництва в цьому виді підприємництва – є визначальною.

У комерційному підприємстві підприємець виступає в ролі комерсанта, торговця, продаючи готові товари, придбані їм у інших осіб, споживачеві, покупцеві. У такому підприємстві чинником виступає сам товар. Прибуток підприємця утворюється шляхом продажу товару за ціною, що перевищує ціну придбання.

Фінансове підприємництво є особливою формою комерційного підприємництва, в якому як предмет купівлі-продажу виступають гроші і цінні папери, що продаються підприємцем покупцеві або надаються йому у кредит.

Посередництвом називають підприємництво, в якому підприємець сам не виробляє і не продає товар, а виступає у ролі посередника, що пов'язує ланки у процесі товарного обміну, у товарно-грошових операціях. Головне завдання і предмет підприємницької діяльності посередника – поєднати дві зацікавлені у взаємній операції сторони. Отже, є підстави стверджувати, що посередництво полягає у наданні послуг кожній з цих сторін. За надання подібних послуг підприємець отримує конкретний дохід, прибуток.

Страхове підприємництво полягає в тому, що підприємець гарантує страхувальникові майна, цінності, життя за визначену плату компенсацію можливого збитку у результаті непередбаченого лиха. Страхування майна,

здоров'я, життя виступає особливою формою фінансово-кредитного підприємництва, яка полягає в тому, що підприємець отримує страховий внесок, виплачуючи страховку тільки за певних обставин. Оскільки вірогідність виникнення таких обставин незначна, частина внесків, що залишилася, створює підприємницький дохід.

Підприємництво відрізняється різноманіттям різних форм і правильність їх вибору залежить від специфіки держави і завдань, які вона вирішує. Так, за організаційно-економічними формами підприємництва виділяють – картелі, синдикати трести, асоціації. За організаційно-правовими формами підприємництво розділяють залежно від механізму організації підприємства, зокрема їх ділять на акціонерні суспільства, товариства з обмеженої відповідальністю; за масштабністю підприємництво розділяють на мале і корпоративне. Кожне з цих видів має свої переваги і недоліки, що полягають в здатності підприємства акумулювати фінансові ресурси, упроваджувати досягнення науково-технічного прогресу, володіти найбільш ефективною системою управління, довговічності існування і т.д. Успіх діяльності малих підприємств залежить від масштабів підтримки їх з боку держави надання останнім податкових пільг, проведення програм по підвищенню кваліфікації підприємців надання кредитів на пільгових умовах.

Таким чином, за умов різноманітності видів і способів здійснення підприємництва, будь-якій підприємницькій операції властива наявність певних процедур, що виконуються у деякій послідовності. Для підприємництва характерні також достатньо типові товарно-грошові відносини між учасниками здійснення операції.

Вище ми розписали функціонування підприємництва на рівні організації, однак не можна обмежувати його тільки цією площиною – особливо коли йдеться про його самоорганізаційний потенціал. Прояви підприємництва варто розглядати на особистісному, поведінковому (або міжособистісному) і соціальному рівні.

На *особистісному рівні* підприємництво розкривається через здібності людини – в першу чергу, через підприємливість, готовність до ризику, здатність до інноваційної діяльності, творчі та управлінські здібності, лідерські якості. Цей рівень визначається психологічною спрямованістю індивіда. Особистісний вимір підприємництва – це також економічні знання і економічна культура людини, це процеси усвідомлення власних підприємницьких можливостей і дій, розробка стратегій і тактик досягнення бажаного результату, це потреби. Інтереси, цінності, світоглядні настанови, якими керується людина у своїй повсякденній активності. У цілому, підприємництво в особистісному вимірі – це форма прояву ділових якостей і компетенцій, організаційних здібностей. Цей рівень включає не лише форми *реалізації* підприємницьких здібностей, але й їх *набуття* – адже не всі підприємці народились підприємцями, велика частина з них зробила себе такими за посередництвом навчання і виховання. Є дані, що вроджену схильність до підприємництва виявляє не більше 5-7% людей [105, с. 11], решта компенсують відсутність цієї схильності за допомогою освітніх заходів. Із психологічних позицій, велику користь навчання підприємництву може принести людям із високою мотивацією на досягнення.

На *поведінковому рівні* підприємництво представляє собою виплеск внутрішніх особистісних здібностей до підприємництва у безпосередніх міжособистісних відносинах. Топологічно-поведінковий рівень стосується окремої *фірми*, в якій підприємець реалізує свою підприємливість. Разом із тим, це є міжособистісний рівень проявів підприємництва – адже будь-які свої властивості особистість може реалізувати тільки в контакті з іншою особистістю, яка стане або підлеглим, або членом команди, або інвестором, або споживачем продукції для підприємця, або просто свідком його успіху.

Поведінковий рівень прояву підприємництва –це процес самореалізації особистості підприємця у внутрішньоорганізаційному середовищі, це також і результат його дій. Через підприємницьку поведінку реалізується і самоусвідомлення підприємцем себе, осмислення правомірності своїх цілей і засобів, адекватності результатів планам.

Фірма (підприємство, установа, заклад тощо) – це найпростіший соціальний організм, які в сукупності складають організаційну основу економічного, соціального, політичного і ідеологічного життя організму країни [див.: 13, с. 256-257]. Тому саме підприємницька поведінка в окремій фірмі виступає зв'язуючою ланкою між особистісним рівнем проявів підприємництва і соціальним.

На *соціальному рівні* підприємництво проявляється через ділову, бізнесову активність певного прошарку людей – активність, в якій реалізуються і конкурують між собою їх підприємницькі здібності і капітали, в якій переплітаються їх підприємницькі інтереси, в якій створюється додаткова вартість, народжуються техніко-технологічні чи управлінські нововведення. Підприємницька активність знаходить свій «вихід» у виконанні тих чи інших соціальних ролей, розподілі повноважень, лідерстві і керівництві та ін. Зрештою, основні прояви підприємницької активності на соціальному рівні – конкуренція і кооперація в бізнесі. На відміну від особистісного і поведінкового рівня, в яких на передньому плані – суб'єкт підприємництва, соціальний вимір підприємництва – це перш за все суб'єкт-суб'єктна взаємодія. Більше того: в цю суб'єкт-суб'єктну взаємодію обов'язково втручається «Левіафан» з його регулятивним («надсуб'єктним») впливом.

Таким чином, самоорганізація підприємництва розгортається від особистісного до соціального рівня, при цьому підприємницька поведінка виступає медіатором. На особистісному рівні домінують самоорганізаційні процеси – саморозгортання підприємницьких властивостей і здібностей людини, на соціальному ж до самоорганізації долучаються зовнішні (по відношенню як до особистості, так і до фірми, в якій розгортається її підприємницька активність) управлінські механізми. Співвідношення між самоорганізаційними і управлінськими механізмами визначає ступінь свободи підприємницької діяльності. Одним із найважливіших факторів регуляції соціального рівня підприємництва виступає держава, чому присвячений окремий підрозділ (див. наступний).

Держава регулює підприємницьку діяльність головним чином за посередництвом права. Його часто протиставляють моралі як другому регулятору суспільного життя.

На відміну від права, *мораль* можна назвати самоорганізаційним регулятором суспільної життєдіяльності взагалі і підприємництва зокрема. На це вказував ще Аристотель, називаючи економіку мистецтвом прийняття правильних рішень в господарстві, умінням забезпечувати громадянам не тільки добробут, а й прекрасне життя. Вміння добувати багатство, за словами давньогрецького вченого, є корисним, проте вимагає наявності певних добродієностей. Аналогічними були й погляди М. Вебера, які він виражав у творі «Протестантська етика і дух капіталізму» [26] в процесі аналізу взаємозв'язку економічних досягнень ринкового суспільства з ментальністю і моральністю підприємців і менеджерів. М. Вебер стверджував, що морально-етичні цінності є історичним продуктом, вони впливають на економічні сили, які потім змінюють і етичні цінності відповідно до свого нового рівня розвитку. Отже, згідно М. Вебера, не тільки зіткнення економічних інтересів впливає на формування етичних цінностей; етичні цінності, у свою чергу, можуть бути імпульсом чи перешкодою для розвитку економіки.

Загалом, багато мислителів минулого вказували на існування прямої залежності між етичними нормами та економічною продуктивністю.

Також і В. Соловйов писав, що: «Господарчі елементи пов'язані та визначені цілями моральними». Згідно його поглядів, моральність і моральне начало лежать в основі будь-яких суспільних відносин, причому в основі не тільки економіки, але й політики, права, літератури та мистецтва, в основі самого суспільства. На його думку, поширене в науці XIX століття відокремлення етичної сфери від економічної є причиною всіх економічних негараздів.

За Соловйовим, цих поглядів дотримувалися багато російських мислителів (В. Розанов, П. Кіреєвський, М. Бердяєв, С. Булгаков,

П. Флоренський, М. Лосський) – стверджували необхідність пов'язування економічних питань із моральними.

Щоправда, з точки зору інших загальновизнаних етичних вчень (досить згадати погляди Платона, І. Канта, Т. Гоббса) мораль і бізнес принципово несумісні – хоча б тому, що істинно етичний вчинок не повинен, за логікою цих вчень, переслідувати жодної особистої користі; в той час, як весь бізнес, навпаки, замішаний на максималізації особистої вигоди. Ясно, що суперечливість між цими поглядами вирішується по-різному залежно від критерію істинності, який в кожному епоху є іншим. Так, сучасна епоха будується на критерії гуманізму – і відповідно до нього неприпустимо говорити про підприємницьку діяльність у відриві від моральних цінностей. Тому ми можемо стверджувати, що мораль є важливим регулятором підприємницької діяльності.

Сучасна українська дослідниця Л. Овсянкіна у дисертаційному дослідженні розкриває точку зору, що «мораль виступає регулятором соціальної взаємодії, показником сформованості цінностей, моральної культури, інтересів і потреб суб'єктів економічної діяльності до самореалізації та самоорганізації». При цьому мораль у системі підприємницької діяльності розгортається в єдності кількох іпостасей:

- мораль як цінність, що формує світоглядні орієнтири економічної життєдіяльності людини, підприємця: поняття про добро та зло, справедливість та совість, обов'язок, достоїнство, моральні якості людини та моральні характеристики економічної діяльності;

- мораль як один із способів нормативної регуляції таких дій підприємця: вибір засобів отримання прибутку, встановлення економічних відносин, дотримання своїх прав та виконання обов'язків, що обумовлюють моральні взаємини між суб'єктами економіки;

- мораль як потреба, стимул і мотив економічної діяльності;

- мораль як структурний елемент свідомості й особлива форма економічного світогляду людини й суспільства;

– мораль як складова економічної культури суспільства і ділової культури підприємництва в цьому суспільстві [118, с. 4-5].

У цілому, правила і норми моралі виступають, так би мовити, м'яким регулятором підприємницької діяльності. З одного боку, сучасна мораль створює сам простір для можливості здійснення підприємництва – адже суспільство не забороняє індивідуальну господарську діяльність як щось неетичне. З іншого боку, моральний закон говорить: людина вільна робити все, що не обмежує свободу іншої людини. І тут на допомогу стають правові регулятори, адже допомагають закріпити у фіксованих офіційних документах певні обмеження підприємництва, які обороняють інших людей від того, щоб індивідуальна трудова діяльність підприємців порушувала громадянські і людські права і свободи пересічного громадянина.

Сьогодні на підприємництво безпосередньо впливають правові регулятори на рівні окремої країни і окремої держави. Тому в наступному підрозділі проаналізуємо основні параметри державного регулювання підприємницької діяльності.

2.2. Державне регулювання як зовнішній чинник управління розвитком сфери сучасного підприємництва

Значення держави як форми системи соціальної саморегуляції [див.: 93] для розвитку підприємництва, яке можна виокремити в історії людства взагалі, досить багатогранне.

По-перше, держава сама завжди була і залишається одним із найпотужніших підприємців. Цим самим вона подавала, по-друге, у своїй загальній організації, у структурі управління найкращий приклад великим капіталістичним підприємствам, «спонукаючи (спрямовуючи) та повчаючи на організаторський дух». По-третє, її велике значення в розвитку

капіталістичного підприємництва пов'язане з тим, що вона не регламентувала суворо і не тримала під жорстким контролем підприємницький добробут в усіх його проявах і формах. По-четверте, велику роль у формуванні і підсиленні підприємницького духу відігравали міграційні процеси, і відповідно держави, які їх не стримували чи стимулювали, – адже «іноземець-прибулець» зазвичай найбільш енергійний, найвідважніший, схильний до ризику, тобто проявляє особливо чітко виражений підприємницький дух [див. дет: 154, с. 43-44].

Державне регулювання економічним життям суспільства пов'язане з виконанням останнім функції досягнення мети [див., напр.: 7, с. 33]: адже державне управління суспільством визначає розподіл повноважень і є істотним елементом цієї системи.

Таким чином, можна узагальнено стверджувати, що державні впливи на розвиток підприємництва сконцентровано виражаються в законах, які: 1) стимулюють підприємство; 2) створюють певні обмежуючі рамки для того, щоб дії підприємців не шкодили свободі інших людей, в тому числі й інших підприємців; 3) спрямовують діяльність підприємців в таке русло, щоб це було вигідно в кінцевому рахунку державі і її населенню.

Так, серед основних нормативно-правових документів, що на загальнонаціональному рівні регламентують можливості і рамки підприємництва, варто назвати: Конституцію України [87], Господарський кодекс України [36], Закон України «Про підприємство» [66], Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» [61], Закон України «Про податок з доходів фізичних осіб» [67, с. 60] Закон України «Про податок на додану вартість» [68; 56], Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» [62], Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» [65], Законодавчі акти про організацію статистичних спостережень [59] та ін. [див.: 57; 58; 63; 138; 139; 64; див. також: 106; 143; 69; 45; 140].

Звичайно, є й більш масштабні фактори, які детермінують розвиток підприємництва. Наприклад, таким фактором є науково-технічний прогрес,

який, за великим рахунком, і викликав в історичному розвитку необхідність зміни способу виробництва (і сьогодні техніка робить мислення підприємця цілеспрямованішим, спонукає до раціоналізаторської діяльності тощо). Але в даному розділі ми звернулись саме до державного регулювання цих процесів, адже механізм функціонування підприємництва замикається якраз у соціально-економічному просторі соціального організму окремої країни.

Як було показано в попередньому розділі, внутрішня самоорганізаційна підстава підприємництва – інноваційний характер праці взагалі і підприємництва зокрема, а зовнішні умови сконцентровані в господарському праві, яке окреслює обмежувальні рамки цієї діяльності і створює для неї необхідні передумови.

Отже, держава впливає на розвиток підприємництва не прямо, а опосередковано – через створення низки зовнішніх по відношенню до підприємця і підприємства передумов. Загально визнаними *основними* передумовами для можливості реалізації підприємницької діяльності в державі є наступні:

- наявність (нормативна дозволеність) приватного сектора економіки;
- певний ступінь сформованості ринкових відносин – які досягли деякого рівня конкуренції і конкурентоспроможності їх учасників;
- наявність і самовідтворення соціального спектра власників бізнесу;
- наявність розвинутої інфраструктури підтримки підприємництва

Допоміжними умовами розвитку підприємництва можна вважати наступні:

- значна демократизація і дебіюрократизація процедур регулювання господарських і соціальних інститутів;
- сприятливий податковий режим, що в тій чи іншій мірі забезпечує підтримку проявам і розвитку підприємництва;
- сприятлива зовнішньоекономічна політика, яка стимулює або принаймні дозволяє розвиток міжнародної кооперації;

– сформованість господарського менталітету – що дозволяє говорити про наявність так званої економічної людини, або господарського типу людини-підприємця (підприємницького генотипу), тобто активного учасника соціально-економічного життя з підприємницькою психологією;

– соціальне сприйняття і повага суспільства до підприємця і приватного власника бізнесу, до матеріальних і соціальних результатів його діяльності.

Так, у дисертації М. Титарчука систематизовані основні фактори сприяння підприємництву, зокрема: започаткування громадянського суспільства і правової держави; формування особистості на підґрунті природних прав і свобод, інтереси якої можуть вступати в конфлікт з інтересами суспільства і держави; право на приватну власність в сучасному її розумінні; економічна свобода і свобода економічного вибору; відокремлення власності від державної влади та економічної влади від політичної; розмежування економічної, політичної і соціальної сфер життя. У такому зрізі ясно, що становлення підприємництва в Україні має свої особливості, які характеризуються рівнем життя та соціальних гарантій, динамікою доходів населення, активністю соціальної та трудової поведінки особистості, політичною активністю, ставленням населення до підприємництва та реформ [165, с. 15].

Для більшої деталізації, названі передумови є сенс структурувати на: ідеологічні, соціальні, економічні, політичні, нормативно-правові, техніко-технологічні передумови [див. про це: 28; 54; 127; 128, с. 80-103]. Зрозуміло, що вони можуть бути в різному ступені сприятливими чи не сприятливими для розвитку підприємництва, причому – як це не дивно, але для успішного розвитку підприємництва потрібна наявність практично всіх перерахованих умов одночасно, а для неуспішного – достатньо відсутності однієї з них.

Ідеологічні передумови розвитку підприємництва полягають у першу чергу у виконанні завдання забезпечення ідеологічного підґрунтя продовження ринкових реформ – адже без адекватної прийнятної для населення ідеології ускладнюється ефективне функціонування відповідних законів. Розробка такої

ідеології ринку є об'єктивною необхідністю нашого руху шляхом реформ. Вона потребує пошуку такої системи духовних цінностей української національної культури, яка «за змістом і за формами буде прийнята суб'єктами ринкових відносин в якості факторів ділового успіху. Вона викликає прагнення ділових людей в управлінні виробництвом керуватися принципами соціально-відповідальної поведінки, яка веде до прибутку для себе і своєї Вітчизни». У цьому зв'язку треба відмітити, що в сучасній Україні відсутність чіткої політичної концепції стосовно ринкової ідеології, невизначеність контурів власної ринкової економіки негативно позначаються на провадженні реформування від командно-планової системи до ринку [168, с. 7].

Політичними передумовами і засадами розвитку підприємництва є:

- достатній рівень політичної стабільності у суспільстві;
- відповідна державна ідеологія стосовно підприємництва, в основі якої лежить ідея підтримки підприємницької ініціативи громадян, обмеження якої базується лише на захисті свобод інших громадян;
- послідовна соціально-економічна політика держави, спрямована на формування сприятливого інвестиційного клімату;
- ефективний механізм гарантій громадянсько-політичних прав і свобод підприємців, їх участі у процесах державотворення.

До ***економічних передумов*** державного рівня відносяться ті, що визначають можливість формування економічних відносин ринкового типу – які створюють підґрунтя для підприємництва в системі суспільного поділу праці. Такими передумовами є:

- наявність приватної власності на засоби виробництва;
- наявність ринкових відносин, розвинутих до рівня конкурентних цін;
- відносна економічна свобода і самостійність товаровиробників;
- економічна справедливість відносин між господарюючими суб'єктами;
- реальна дієздатність товарно-грошового механізму (відповідність грошової маси товарній, єдина валютна система та її відносна стабільність,

конвертованість грошової одиниці, розвинута фінансово-кредитна система, можливість ефективних інвестицій).

Відповідно найпершою нормативно-правовою передумовою розвитку підприємництва є правове закріплення всіх вище перерахованих економічних аспектів. Підприємництво, як і будь-яка інша сфера, не може функціонувати без відповідної законодавчої бази, без авторитету закону як такого. Державне регулювання підприємництва – це в першу чергу, правові рамки. Також **нормативно-правовими передумовами** розвитку підприємництва є:

- конституційне закріплення права громадян займатись підприємницькою діяльністю, не забороненою законом;
- наявність законодавчих актів, які визначають правові засади створення, функціонування і банкрутства підприємницьких організацій;
- функціонування правового механізму захисту авторських прав і інтелектуальної власності – від винаходу до впровадження ідеї у виробництво;
- також актуального значення набувають організаційно-правові документи, які регламентують етику професійних відносин (так, існують моральні кодекси лікарів, журналістів, соціологів тощо) і складання ділових угод, питання формування і вивільнення персоналу і т.п.

Так, в Україні на сьогодні двома найважливішими документами, що регулюють сферу підприємництва, є Цивільний кодекс України, який є другим за значенням після Конституції України законодавчим актом, та Господарський кодекс України. Перший регулює цивільні відносини, які є визначальними в економічній та майновій сферах як осіб, так і суспільства в цілому. Другий встановлює, відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності, яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності. Цивільний кодекс має забезпечити нормальне функціонування і розвиток саме громадянського суспільства, тобто самостійної, незалежної від держави системи відносин між юридично вільними і рівноправними партнерами в усіх сферах життя, включаючи, безумовно, і підприємництво. Господарський кодекс України має на меті забезпечити зростання ділової

активності суб'єктів господарювання, розвиток підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальну спрямованість відповідно до вимог Конституції, утвердити суспільний господарський порядок в економічній системі України, сприяти гармонізації її з іншими економічними системами [141, с. 9].

Соціальні передумови розвитку підприємництва включають:

- формування позитивної громадської думки в суспільстві стосовно підприємництва [див. дет.: 33, с. 41-42; 34, с. 22; 73; 110];
- достатній рівень економічної культури населення;
- характеристики економічної свідомості людей, зокрема, наявність стереотипів позитивного чи негативного сприйняття підприємництва;
- відповідність тієї чи іншої форми підприємництва особливостям господарського менталітету спільноти;
- наявність у соціальному оточенні можливості отримання інформаційно-консультативних і навчальних послуг із питань підприємництва;
- освітній рівень і професіоналізм як суб'єктів підприємництва, так і спільноти в цілому.

У цілому, соціальні передумови становлення підприємництва в першу чергу визначаються ставленням суспільства до цього феномена, ставленням до нього представників органів державної влади, зокрема, різних посадовців, з якими підприємцям доводиться стикатись по роботі.

Тому треба виокремлювати також і **етичні передумови** становлення підприємництва. Вони зводяться до формування в суспільстві цивілізованої етики підприємництва і бізнесу. Основними способами її формування є:

- етичні нормативи (розробка етичних нормативів в організації, тобто спільних цінностей і норм етики, яких мають дотримуватися робітники);
- етичні кодекси (розробка внутрішнього етичного кодексу – норм і правил спілкування службовців із клієнтами, партнерами тощо);
- комітети з етики (створення комітетів чи найм відповідного спеціаліста, функціями яких є: винесення етичних питань для обговорення

менеджерами вищої ланки, доведення основних вимог етичного кодексу до всіх співробітників, підтримка кодексу шляхом розробки санкцій, періодичний аналіз і перегляд кодексу, забезпечення найвищого рівня менеджменту консультаціями з етичних питань);

- тренінги (із навчання етичній поведінці менеджерів та інших співробітників);

- соціальні аудити (проведення ревізії представниками суспільства для складання звітів про соціальний вплив дій організації на соціум);

- юридичні комітети (для контролю за дотриманням організацією законів і підзаконних актів в усіх напрямках діяльності);

- служби, що розглядають претензії громадян із етичних питань (співробітники цих служб розглядають скарги як від клієнтів чи партнерів організації, так і від її власних співробітників);

- зміни в організаційній структурі (з метою пристосування до етичних вимог) [дет. див.: 103, с. 120-125].

Як свідчить аналіз, названі етичні передумови частково залежать від самих організацій і від їх керівництва, тобто від підприємців. Але на державу при цьому покладається дуже важлива роль – ініціювати ці процедури, на рекомендаційному рівні прописати створення відповідних комітетів, кодексів тощо.

Техніко-технологічні передумови успішного розгортання в країні підприємництва полягають у достатньому рівні розвитку відповідних видів техніки і технологій, причому сьогодні особливо важливим є розвиток і використання інформаційних технологій в усіх сферах. Техніко-технологічні передумови тісно пов'язані з фінансовими і ресурсними чинниками, адже їх наявність у потенційних підприємців полегшує процес започаткування власної справи і формування інфраструктури підприємства. Відповідно до цих передумов слід також віднести зв'язок підприємництва з науковими розвідками.

Тому ключовими елементами системи державного регулювання розвитку підприємництва правомірно вважати наступні:

- ефективна законодавча система;
- існування підприємницької перспективи, гарантованої стабільною державною політикою у відношенні підприємства;
- наявність розвиненої інфраструктури підтримки підприємництва;
- дебіюрократизація процедур регулювання підприємницької діяльності з боку державних органів та ін. [див. також: 126, с. 21-44].

Соціологи проводили опитування, в яких чинники державного регулювання поділялись за іншим критерієм. Результати цих соціологічних досліджень дозволяють ранжувати чинники державного регулювання, які впливають на підприємницьку діяльність [154]. Отримуємо таку ієрархію (відсотки показують частку респондентів, які вважають вплив цього чинника значущим у тій чи іншій мірі):

- 1) діяльність уряду – 68,6%;
- 2) законодавча діяльність парламенту – 62,9%;
- 3) різного плану інформація в середовищі підприємців – 37,1%;
- 4) міжнародні зв'язки – 28,6%;
- 5) громадська думка – 28,6%;
- 6) преса, телебачення, радіо – 22,9%.

За результатами інших досліджень [142], з максимальним ступенем перешкод підприємці відзначили такі чинники:

- 1) неконвертованість національної одиниці – 70%;
- 2) податкова політика уряду – 70%;
- 3) корупція в органах виконавчої влади – 45%.

Для оцінки державного регулювання як зовнішнього чинника детермінації сучасного підприємництва корисні ідеї можна почерпнути з аналізу М. Титарчуком [165] соціального управління трудовою поведінкою особистості. В останньому розділі своєї кандидатської дисертації він аналізує сучасні механізми управління та регуляції трудової поведінки особистості в

рамках соціально-економічної життєдіяльності сучасного українського соціуму. Зазначається, що соціально-філософський аналіз управління соціально-економічною та трудовою поведінкою – це один із важливих напрямків дослідження конкретних соціально-економічних, соціально-політичних і соціально-культурних умов функціонування та розвитку суспільства, суспільних відносин. Важливим фактором діяльності механізмів розвитку сфер суспільного життя, їх взаємодії та взаємовідносин, функціонування суспільно-виробничого процесу, складовою якого є соціальна та трудова діяльність особистості, її трудова поведінка, виступає управління нею, керованість, прогнозування та передбачуваність.

Сучасне державне управління як науково обґрунтоване вміння і мистецтво впливу на об'єкт управління, зокрема на підприємницьку діяльність громадян, повинно, не подавляючи самоорганізаційного творчого потенціалу підприємництва, створювати умови для активного його розвитку. Сучасний рівень життя потребує серйозних знань та навичок для прийняття адекватних рішень у державному регулюванні підприємницької діяльності.

У світоглядному масштабі, сучасною парадигмою управління сферою підприємництва, в умовах трансформації суспільства і фінансової кризи, має стати оптимізація соціального становлення особистості, як основного суб'єкта підприємництва, оптимізація її діяльності, як об'єкта державного управління, яке має базуватись на провідних принципах гуманізації та демократизації всього суспільного механізму економіки.

Зміст сучасного управління та його впливу на окрему сферу суспільної життєдіяльності визначається, головним чином, якістю поставлених цілей, мети управління, цілеспрямованості та цілепокладанням, які в свою чергу, зумовлені тим, наскільки в поставлених цілях – оперативних, середньострокових та стратегічних, найбільш повно викладені потреби та інтереси особистості, окремих соціальних груп суспільства, які визначають їх поведінку. Потреби, інтереси, мотиви визначають поведінку особистості і складають системи її

мотивації: внутрішню, що визначається потребами, інтересами, цінностями суб'єкту, та зовнішню, як систему стимулювання.

М. Титарчук показує, що в мотивації трудової поведінки особистості та її діяльності широко застосовуються системи регуляторів, такі як мораль – система моральних норм; політичні регулятори – система політико-правових норм держави; організаційні – система виробничо-адміністративних норм, інструкцій, розпоряджень; суспільні – система звичок, традицій, суспільних уявлень та думок, та інші. Проведене науковцем дослідження дає можливість констатувати, що реформування суспільного життя, впровадження комплексу ринкових реформ зумовили низку змін в житті особистості, які детермінують відповідні управлінські регулятори її трудової поведінки та підприємницької діяльності.

Також автор підкреслює, що діяльність об'єктів соціального управління залежить від місця і ролі їх у структурі суспільних, соціально-економічних зв'язків, динаміки переміщення в ієрархії цієї структури, а також від правових, мотиваційних, статусних, культурних, управлінських факторів та регуляторів, підтримки держави. Цілеспрямоване та ефективне функціонування систем соціального захисту населення, зайнятості, міграції, дотримання принципів соціальної справедливості, розподільчих відносин та задоволення потреб, сучасні форми та методи мотивації і стимулювання є також певними формами соціального управління трудовою поведінкою та діяльністю особистості, на формування яких в значній мірі впливають зміни в сфері праці і діяльності, ефективність впровадження ринкових реформ [165, с. 14].

У структурному плані державне регулювання підприємницької діяльності становить собою багаторівневу детермінуючу цілісну систему. В Україні склалося кілька рівнів управління підприємницькою діяльністю: вищий, представлений центральними органами влади, регіональний, галузевий і корпоративний. При цьому важливо підкреслити, що державне управління соціально-економічними об'єктами передбачає, зокрема, дотримання принципу

конкретно-історичного підходу, тобто урахування умов становлення і розвитку цього об'єкта у часі і просторі.

У цьому зв'язку варто вказати на деякі особливості сучасного етапу розвитку державного планування в Україні, яка перейшла на засади змішаної ринкової економіки. Допущення в Україні корпоративної та приватної форм власності спонукало державу відмовитися від тотальної плановості, але водночас поставило перед нею завдання планувати контрольні-ревізійні дії. У держави залишилася лише певна частина фінансових засобів, а інша частина – це фінанси корпоративного та приватного секторів, які використовують їх у власних інтересах. Планове управління видозмінилося, почавши переходити на засади регулятивного управління, зумовивши гостру потребу у його науково-теоретичному обґрунтуванні. Деякі ж управлінські процеси взагалі вийшли з-під державного планового контролю, поширилося корпоративне акціонерне управління, інтереси якого рідко збігаються з державними.

Показовими параметрами якості державного регулювання підприємництва в країні є характеристики і складові ринкової інфраструктури та державна підтримка малого бізнесу. Зупинимось на них докладніше.

Шлях *становлення ринкової інфраструктури* в Україні не менш складний і суперечливий, ніж шлях розвитку підприємництва. Розглянемо основні складові ринкової інфраструктури та специфіку їх діяльності в Україні.

Розрізняють організаційно-технічну, фінансово-кредитну і науково-дослідну інфраструктури ринку. Зупинимось докладніше на кожному з видів.

До *організаційно-технічної інфраструктури ринку* відносяться товарні біржі та аукціони, торгові будинки та торгові палати, холдингові і брокерські компанії, інформаційні центри і ярмарки, інжинірингові фірми, сервісні центри, пункти прокату і лізингу, державні інспекції, різного роду асоціації підприємців і споживачів, транспортні комунікації і способи оперативного зв'язку. Одні з цих установ покликані сприяти встановленню ділових контактів між підприємцями, надавати інформаційні, консультативні, розрахункові та інші послуги, інші беруть на себе функції загальної координації ринкових зв'язків,

представляють інтереси своїх членів на регіональному, державному і міжнародному рівнях, треті – є спеціальними державними органами регулювання ринкових відносин.

Фінансово-кредитну інфраструктуру ринку формують банки, фондові та валютні біржі, страхові й інвестиційні компанії, фонди профспілок та інших громадських організацій. Це все ті, хто здатний займатися і займається мобілізацією тимчасово вільних грошових ресурсів, перетворює їх на кредити, а потім і у капіталовкладення.

Науково-дослідна інфраструктура ринку вміщує наукові інститути з питань вивчення ринкових проблем, інформаційно-консультативні фірми, аудиторські організації, спеціальні навчальні заклади.

Конкретизуємо також найважливіші елементи ринкової інфраструктури: біржі (фондову, товарну, робочої сили) і науково-дослідні інститути.

Фондова біржа – установа, організований ринок, на якому власники здійснюють процес купівлі-продажу цінних паперів. Членами біржі є переважно її засновники – окремі індивіди і кредитно-фінансові інститути. Купівля-продаж акцій на фондовій біржі здійснюється за допомогою посередників. Позитивними рисами фондової біржі є: акумуляція вільних засобів за рахунок випуску і продажу цінних паперів і їх напрям на розвиток окремих підприємств, областей; міжгалузеве переливання капіталу, завдяки якому ослабляються диспропорції в економіці; створення відповідних передумов для підприємницької діяльності; стабілізація заощаджень окремих верств населення і їх відповідне зростання і тому подібне.

Біржа робочої сили – установи, які здійснюють посередницькі функції між працівниками і підприємцями, збирають і надають інформацію про наявність вакансій, сприяють підготовці і перепідготовки кадрів, створенню робочих місць, швидкому переміщенню робочої сили, забезпеченню ефективності зайнятості працездатного населення, частково регулюють процес зайнятості. Біржа має свої відділення в містах, районах; їх завдання полягає в

тому, щоб аналізувати, розробляти програми зайнятості, надавати консультації, здійснювати підготовку, перепідготовку кадрів і працевлаштовувати їх.

Товарна біржа – ринки, що постійно діють, купівля-продаж товарів на них здійснюються на основі встановлених стандартів і зразків, відповідних форм документів, якими регламентуються номенклатура, об'єм, ціни, терміни і види постачання і інші умови. Товарні біржі поділяють на міжнародні і національні, універсальні і спеціалізовані.

Інститути і організації, які створюють науково-дослідну інфраструктуру, вивчають динаміку ринкової ситуації, займаються розробкою стратегії і тактики поведінки підприємств на ринку, прогнозів для уряду і підприємців, моделюванням наслідків тих або інших рішень, наданням консультацій, залагоджуванням конфліктів між партнерами, підготовкою економістів, менеджерів і фахівців з маркетингу.

Динаміка розвитку ринкової інфраструктури в 1996-2006 роках, показана в таблиці 2.1. Акцентуємо, що, не враховуючи деякі коливання, основною тенденцією на цьому етапі виступає зростання кількості бірж. Це свідчить про постійне зростання потреб України у розвитку інститутів ринкової інфраструктури.

Таблиця 2.1

Динаміка розвитку ринкової інфраструктури в Україні в 1996-2006 рр.

| Тип біржі | 1996 | 1998 | 2002 | 2006 |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Всього зареєстровано | 191 | 245 | 277 | 319 |
| Універсальні | 46 | 81 | 111 | 135 |
| товарні и товарно-ресурсні | 54 | 101 | 212 | 247 |
| агропромислові | 23 | 37 | 59 | 91 |
| фондові і товарно-фондові | 24 | 43 | 85 | 123 |

Важливою складовою державного регулювання розвитком підприємництва є *державна підтримка малого бізнесу*.

Мала економіка – вкрай суперечливий сектор народного господарства. Тут кожне підприємство перебуває у досить сильній залежності від багатьох зовнішніх чинників і умов: джерел фінансування, матеріально-технічного постачання, кон'юнктури ринку та інших чинників. Незначний збій у цьому механізмі може призвести до банкрутства та ліквідації підприємства. Малий підприємець легко уразливий. В той же час його втрати у разі невдачі не так вже великі. Це дозволяє досвідченому бізнесменові досить швидко відновити свою справу.

Державна опіка малих підприємств, що самостійно розвиваються, служить сильним каталізатором, сприяє зміцненню підприємництва. У даному контексті, головним завданням з боку держави є чітке визначення пріоритетних напрямків розвитку економіки, науки, техніки, освіти, зовнішньоекономічної діяльності, підкріплення цих пріоритетів системою пільг і гарантій, виділення необхідних матеріально-технічних і фінансових ресурсів, організація необхідного навчання кадрів. Все інше – турбота малих підприємств [79].

Мала економіка відіграє велику роль у народному господарстві промислово розвинених країн, і вони мають відповідні державні органи управління. На такого роду державні органи покладаються загальні стратегічні і координаційні функції.

Як показує вивчення зарубіжного досвіду, неодмінною умовою успіху в розвитку малого бізнесу являється положення про те, що малі підприємства і мале підприємництво потребують всебічної і стабільної державної підтримки. Вона здійснюється в різних формах, в першу чергу шляхом стимулювання виробництва найбільш пріоритетних видів продукції, надання податкових пільг, дотацій, пільгового банківського кредитування, створення інформаційно-консультативних і науково-технічних центрів, розвитку системи страхування, організації матеріально-технічного постачання. Важливу роль грають

ухвалення і виконання законодавства, розробки і реалізації конкретних комплексних програм.

Так, досить дієвим важелем регулювання діяльності малого бізнесу в промислово розвинених країнах є податкова політика, за допомогою якої нерідко вирішуються складні регіональні проблеми. Так, у Франції нова мала фірма на 3 роки звільняється від сплати податків з корпорацій, а впродовж ще 2-х років рівень процентної ставки знижується удвічі.

Важливим інструментом державного сприяння малим підприємствам у більшості промислово розвинених країн є система державних контрактів. Дана форма відносин держави і бізнесу дозволяє забезпечити останньому гарантований ринок збуту, прискорити процес накопичення капіталу, розширити виробничі потужності, зміцнити конкурентоспроможність, модернізувати устаткування, повернути кваліфіковані кадри.

Достатньо широкий розвиток в останнє десятиліття отримали організовані державними органами і приватними підприємствами спеціальні служби із надання різних консультаційних послуг малим компаніям.

В умовах сучасної нестабільної економічної ситуації вітчизняний малий бізнес потребує протекторату держави. На жаль, поки що ефективний механізм підтримки і стимулювання розвитку підприємництва в Україні ще не створений. Прийняті програми, закони, ухвали мають переважно декларативний характер. Фінансова допомога, яку надають Український фонд підтримки підприємництва, Державний фонд підтримки фермерських господарств і Державний інноваційний фонд, є незначною.

На жаль, в Україні питання взаємовідносин між підприємцями і різними владними структурами ще далекі від досконалості. У своїй діяльності підприємці постійно стикаються з різними ускладненнями, що виникають подекуди не без причетності органів влади різного рівня і заважають їм успішно вести справу. Неузгодженість економічної політики призводить до того, що інтереси підтримки підприємництва вступають у протиріччя із завданнями досягнення оптимальних макроекономічних показників,

фіскальними механізмами поповнення бюджету, витратними методами вирішення соціальних проблем. За таких умов ефективність заходів щодо державної підтримки підприємництва зводиться практично до нуля в результаті впливу на діловий клімат інших напрямів державного регулювання – податкового, ліцензійного, зовнішньоекономічного. З одного боку, держава підтримує малі підприємства за рахунок бюджетних коштів, а з іншого – робить жорсткішою систему оподаткування, що скорочує власні ресурси розвитку цих підприємств і змушує їх знижувати показники прибутку у звітних документах. А це, у свою чергу, істотно обмежує можливості залучення зовнішніх джерел інвестицій: штучно занижені показники не приваблюють потенційних інвесторів. Загалом, стан державного управління сферою підприємництва ускладнюється через ігнорування тієї логічної істини, що природа управління господарською діяльністю з переходом від однієї системи економічних відносин до іншої теж має видозмінюватися.

Як показує С. Фаренік [169, с. 23-25], за умов утвердження ринкової економіки набуває нової значущості регіональне управління підприємницькою діяльністю. Його складовими є: відносини регіону з центром, стосунки з місцевими органами влади, забезпечення комплексного розвитку регіону як єдиного господарського цілого. Тому можна визнати доцільність, за умов становлення ринкової економіки, надання регіонам України функцій регулювання підприємницької діяльності та державного управління в їхніх межах. Провідним напрямом і критерієм ефективності тут може бути лише задоволення економічних і соціальних потреб населення, що проживає у регіоні.

З іншого боку, важливим фактором є і зовнішньоекономічні відносини, адже вітчизняним приватним підприємствам з боку держави має бути забезпечена підтримка режиму найбільшого сприяння при проведенні експортно-імпортних операцій. Відповідну увагу необхідно приділити створенню і функціонуванню «вільних» економічних зон, в яких підприємці

мають значні пільги для організації виробництва певного виду продукції, а також преференції щодо товарних кредитів.

Для розвитку вітчизняного підприємництва велике значення мають загальнонаціональні управлінські мотивації, інноваційна діяльність, раціональне управління господарськими процесами, максимальне розкриття творчого потенціалу фізичних і юридичних осіб. Також слід акцентувати увагу на важливість подолання неправильного уявлення про соціальні витрати, тобто про вимушені вилучення з тих коштів, які можна було б спрямувати на розвиток підприємництва і підвищення його впливу на економіку в цілому. Світовий досвід переконливо свідчить, що інвестиції в людину, зокрема, в працівників управлінської сфери, є істотним чинником прогресу як економіки, так і культури.

Держава також є вагомим чинником у самоорганізаційному процесі утвердження підприємницької культури, оскільки колишнє протиріччя між культурою підприємництва, яка обстоює цінності успіху, індивідуалізму, свободи, ефективності, і культурою громадянською, яка підтримує цінності справедливості соціального устрою, гармонії і гуманності, нині змінюється процесом синтезу обох систем цінностей. Етичні за своїм характером питання посилення боротьби з корупцією, «тіньовою» економікою, стимулювання благодійності бізнесу мають стати наріжною ланкою системи заходів облагороджування підприємництва і водночас гарантування його безпечності. У самому принципі підприємництва – організаційному новаторстві і прагненні до успіху – потенційно закладено можливість непередбачуваних інституціональних змін, починаючи від продукту, що змінює спосіб життя сотень мільйонів людей, і закінчуючи формуванням виробничих комплексів, які здатні впливати на рішення урядів і умови життя цілих народів. Тому однозначно, що розвиток в Україні соціально відповідального підприємництва означатиме не тільки ривок до ефективності й ділового успіху фірм і акціонерних товариств, але й сприятиме зростанню матеріального добробуту і зміцненню морального здоров'я суспільства у цілому [169, с. 23-25].

До особливостей українського підприємництва відноситься й те, що його функція в епоху перехідного періоду в Україні пов'язана не тільки з економічним відтворенням, але тісно опосередкована соціальними діями, спрямованими на зміну соціальних відносин, а значить, на творення нових соціальних цінностей, символів, смислів.

У контексті трансформації соціальних відносин доречно підкреслити, що підприємці є основою формування середнього класу – що є надзвичайно важливим для України, адже середній клас виступає підґрунтям для забезпечення національної стабільності. Можна погодитись із узагальненим визначенням середнього класу як соціальної групи людей за комплексом показників: стабільна робота та рівень добробуту, який визначає якість, спосіб та стиль життя; наявність нерухомого майна; високий рівень освіти, професійної кваліфікації та культури, що дає змогу керувати підприємством, виконувати висококваліфіковану роботу; тип трудової поведінки, орієнтованої на ринкове господарювання, самостійність та незалежність, інноваційність та інвестиційну активність; соціально-психологічні установки на сімейний добробут, особистий розвиток; вдоволеність статусом; політична орієнтація на демократичні цінності, зацікавленість у політичній і соціальній стабільності у суспільстві; суб'єктивна ідентифікація себе, як представника «середнього класу» [165, с. 15].

Формування «середніх» соціальних прошарків, виконання ними своєї місії в ринкових відносинах великою мірою залежить від діяльності класу підприємців. Підприємець став нормативною фігурою у суспільстві, і розвиток приватного підприємництва набирає сили. Самодостатня особистість – підприємець – головний «компонент» у структурі «середнього класу».

Сьогодні вважається загальновизнаним серед науковців і політиків-практиків, що формування «середнього класу» в Україні, який за майновим статусом, рівнем особистих доходів та впливом відповідав би критеріям розвинутих країн, на жаль, знаходиться на початковому етапі і потребує серйозної державної уваги та підтримки. Тому, можливо, підприємництво

повинно стати домінуючим різновидом соціально-економічної та трудової діяльності в суспільстві.

Важливим елементом державного управління розвитком підприємництва в Україні (але не безпосереднім, а опосередкованим) є система освіти – адже підприємцем важко просто народитись, частіше потрібне відповідне навчання й виховання, стимулювання розвитку підприємницьких здібностей і *готовності* до підприємницької діяльності. Так, Н. Побірченко у своїй дисертації звертається до аналізу готовності учнів до підприємницької діяльності.

На основі виявлених факторів сумісності школярів з близьким їм економічним середовищем для дослідниці стало можливим з'ясування умов, які сприяють формуванню особистісної готовності учнів до сучасного життя та діяльності. Такими умовами названі:

- розв'язання завдань сумісності особистості учнів і близького їм економічного середовища; спрямування пошуково-дослідницької діяльності учнів, яка б приносила моральне й матеріальне задоволення, активізувала почуття партнерства і надавала значущості функціям їх власної соціальної ролі;

- своєчасна переорієнтація молоді на якісно необхідні типи праці та професії, оновлення та впорядкування їх життєвого досвіду, «інноваціонування» змісту та форм навчання;

- вироблення у школярів установки щодо самостійності в постановці мети, творчого планування заходів для її досягнення;

- організація цілеспрямованого розвитку в учнів підприємливості як провідної інтегративної якості особистості майбутнього підприємця.

Взаємодію умов формування особистісної готовності учнів можна забезпечити шляхом моделювання процесу навчання, який би співвідносився з провідною метою формування якостей особистості, які необхідні для підприємницької діяльності, та шляхом інтегрування програм, змісту інноваційного й традиційного навчального матеріалу, внесення змін у форми організації спільної навчальної діяльності вчителів та учнів, розробки, так званих, «родинних» форм навчання [131, с. 19-20].

Крім того, авторка зазначає, що успішність формування особистісної готовності учнів до підприємницької діяльності забезпечується високим професіоналізмом вчителів, прогресивними освітніми технологіями навчання, в якому постійно діє інформативний зв'язок з досягненнями шкільної практики; взаємодією між новими і традиційними змістом і формами організації навчання.

У цілому, всі проаналізовані чинники державного регулювання розвитком підприємництва можна поділити на чинники прямого впливу (головним із яких є законодавча діяльність і контроль за дотриманням правових норм) і чинники опосередкованого впливу (до яких відносяться система освіти, імідж підприємництва в суспільстві, сформованість підприємницької економічної культури і т.п.).

У сукупності вони повинні забезпечувати оптимальний ступінь свободи підприємницької діяльності: достатній для її інноваційності, творчості і прибутковості і недостатньо високий для того, щоб ця діяльність перетворювалась на свавілля приватної власності.

2.3. Свобода підприємницької діяльності як критерій ефективності державного регулювання розвитку підприємництва

Таким чином, як видно з попередніх двох підрозділів, підприємництво, з одного боку, характеризується значним самоорганізаційним потенціалом, джерелом якого є іманентні людські потреби в споживанні, у творчій самореалізації і в соціальному успіху. У цьому плані до об'єктивно існуючих потреб додаються впливові суб'єктивні чинники підприємництва – психологічні характеристики особистості, які зумовлюють специфічні ознаки підприємницької діяльності. Підприємництво як ініціативна, вільна, самостійна, творча, ризикована господарська діяльність людей становить суб'єктивний, внутрішній вимір підприємництва.

З іншого ж боку, самоорганізаційний потенціал підприємництва та його саморозгортання обмежуються зовнішніми умовами, найбільш безпосереднім і комплексним із яких є система державного регулювання цієї сфери. Оскільки зовнішні умови і державне регулювання як найбільш яскравий і комплексний їх компонент виконують роль обмежувачів свободи підприємця для охорони прав і свобод інших людей, то логічно припустити, що головним критерієм ефективності співвідношення між ними є свобода, а точніше – ступінь свободи підприємницької діяльності.

При цьому відштовхуємось від прийнятого тлумачення сутності ефективності управління як забезпечення можливості максимального досягнення цілей керованої системи в якомога коротший термін із найменшими витратами матеріальних, трудових, фінансових, соціальних та інших ресурсів [166, с. 150].

Схематично, якщо накласти державне регулювання на самоорганізаційний потенціал підприємництва, ми отримаємо такий вигляд (див. рис. 2.4).

Певною мірою така взаємодія самоорганізаційного потенціалу підприємництва із державним регулюванням може тлумачитись як вираження суперечності між особистістю і суспільством [див. про це також: 14]. Також вона відображає логіку двосторонньої регуляції суспільних відносин в демократичній країні: «з одного боку, держава встановлює певні політико-правові «правила гри», а з іншого – самі громадяни своєю участю в суспільних справах, своїм ставленням до різних подій у суспільстві здійснюють, так би мовити, саморегуляцію на первинному рівні [4, с. 262]».

Доцільно наголосити на необхідності адекватного поєднання і достатньої сили прояву і суб'єктивних, і об'єктивних факторів – саме свобода визначає межі їх оптимального співвідношення. Так, С. Фаренік вказує, що «організаційно-господарське новаторство виступає вкрай істотною та необхідною умовою виникнення підприємництва, однак воно є недостатньою для утвердження останнього у статусі важливого і стійкого соціально-

економічного явища, оскільки це потребує належного, причому доволі високого, ступеня економічної свободи [169, с. 28]».

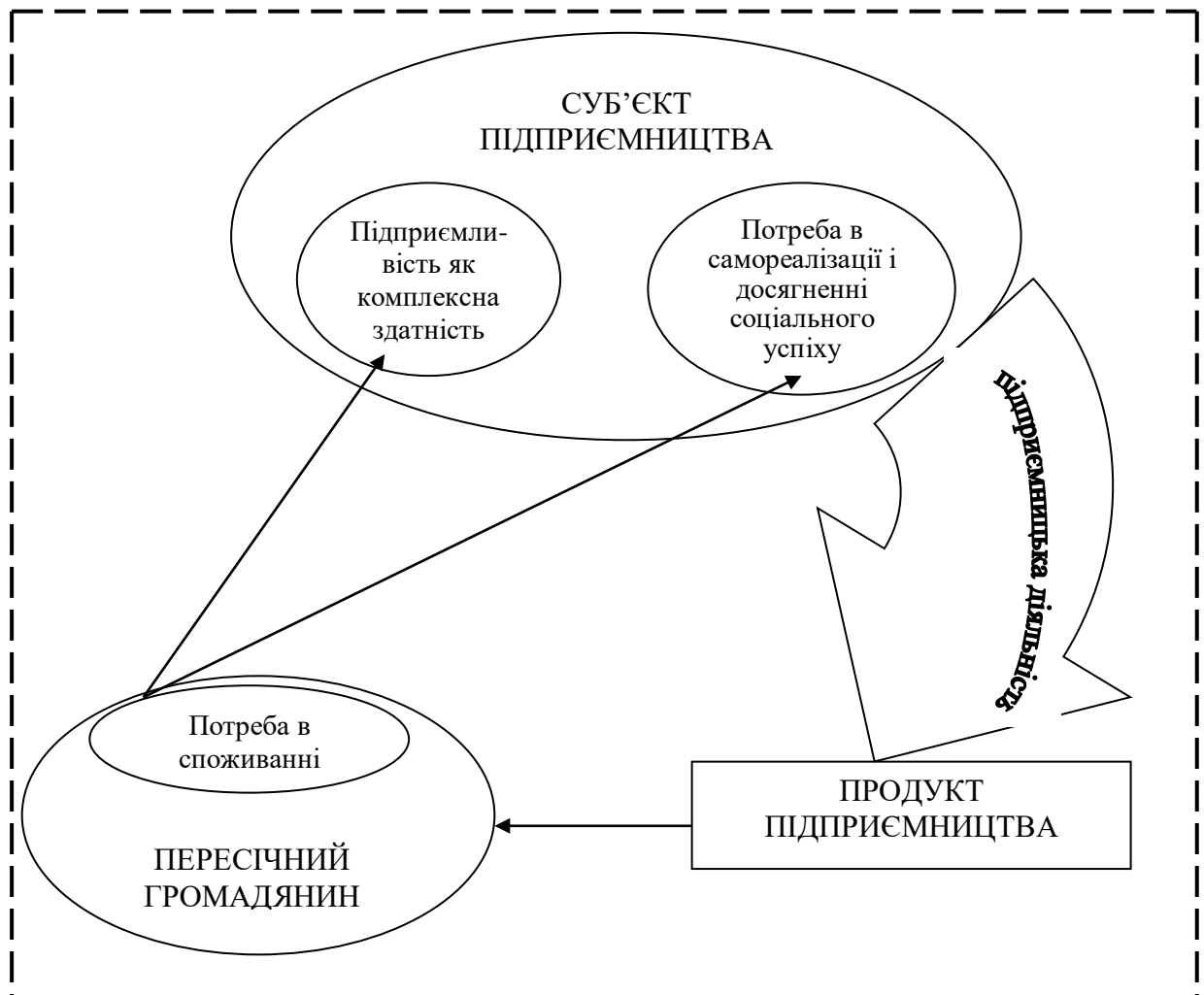


Рис. 2.4. Рамки самоорганізації підприємництва, створювані державою та іншими зовнішніми умовами

Слід послідовно дати відповіді на запитання, що таке «свобода» і чи може свобода бути критерієм ефективності державного регулювання розвитку підприємництва.

«Свобода – притаманна людині специфічна здатність діяти відповідно до своїх цілей та інтересів, які виражають переважно не наявну (вже здійснену), а майбутню, головними чином можливу, реальність ... У свободі, такими чином, виявляється здатність людини виходити за межі наявного стану речей, тобто здатність до *творчості* [172, с. 609]».

«Свобода» – це категорія діалектики, яка перебуває в парі з категорією «необхідність».

У діалектичному підході обґрунтовується теза про те, що свобода людини не тотожна свавіллю, а залежить від того, наскільки вона пізнала об'єктивні закони природи і суспільства, і діє в їх межах. Визнаючи об'єктивну необхідність первісною, а свободу волі і свідомість людей вторинною, засновниками матеріалістичної діалектики робиться висновок: що глибше особистість пізнає об'єктивні закони, то більш усвідомленою і вільною стає її діяльність.

Схожі ідеї висувуються і в рамках синергетичної парадигми. Як свідчить Г. Нестеренко, із синергетичного бачення випливає, що результатом пізнання законів природи та суспільства і безпосередньою передумовою повністю усвідомленої діяльності має стати визнання кожною особистістю нерозривного зв'язку з цими надсистемами і прийняття ідеї коеволюції. Це дає людині не тільки можливість свідомо та ефективно використовувати об'єктивні закони в своїй практичній діяльності, але й гарантію того, що її необачні дії стосовно зовнішніх систем не призведуть до ушкодження власного зовнішнього середовища [113, с. 44-45].

Вказуючи на здатність людини планомірно змушувати закони природи діяти для певних цілей, Ф. Енгельс робить висновок про те, що свобода полягає в основаному на пізнанні необхідностей природи пануванні над собою і над зовнішньою природою [347, с. 611]. Враховуючи синергетичні аргументи на користь тісного взаємозв'язку систем різних ієрархічних рівнів, доводиться визнати, що це панування над зовнішнім середовищем має ґрунтуватися на узгодженні вчинків окремої особистості як з власними нахилами, так і з тенденціями розвитку систем, що включають в себе цю особистість.

Отже, свобода особистості нерозривно пов'язана з її творчістю. Ефективність самореалізації і підприємницької діяльності тим вища, чим менше особистість суб'єктивно обмежує свої можливості, чим більш творчими

є прояви її сутнісних сил. «Свобода ... є категорією потенціалу», а її рівень «відповідає ступеню творчої активності» [27, с. 113].

Коли людина обмежує простір своєї внутрішньої свободи, вона тим самим обмежує прояви своїх творчих сутнісних сил.

Для розуміння механізму детермінації підприємництва конструктивним є виокремлення *свободи внутрішньої і свободи зовнішньої*. Перша – це те, що людина сама собі дозволяє. Друга – що (з того, що вона сама собі дозволяє) вона може робити в рамках існуючих обставин.

Можна приєднатись до точки зору, що людині одвічно притаманна внутрішня свобода як якість особистості і що ступінь «суб'єктивного відчуття себе свободним [173, с. 89]» відіграє вирішальну роль в дійсно творчому процесі самореалізації [113, с. 74]. Від себе можемо додати, що внутрішня свобода в такому розумінні стає визначальною детермінантою і самої підприємницької діяльності: без достатнього її рівня індивід не дозволить собі творчих, ініціативних, пов'язаних із ризиком дій.

Але ж об'єктивною умовою використання цієї свободи в соціальній діяльності виступає зовнішня свобода – забезпечувана суспільством свобода як обставина, що залежить від політичного устрою та економічного ладу та інших факторів. Як свідчить історія, авторитарні режими та державна монополія на засоби виробництва жорстко обмежують сфери самореалізації особистості і орієнтують цей процес суворо на суспільні інтереси, зневажаючи індивідуальними прагненнями на користь колективного. Вони ж не сприяють розвитку сфери приватного підприємництва. Приватна власність і демократія, до яких Україна намагається наблизитись останнє десятиліття, забезпечують широкий простір зовнішньої свободи і націлюють на відповідальність особистості за її вчинки.

Свобода є важливою характеристикою будь-якої діяльності особистості. У контексті ж проблематики підприємництва як специфічного різновиду діяльності, спрямованого на максимальну самореалізацію, цікавим є

запропонований Г. Нестеренко поділ форм самореалізації особистості залежно від ступеня особистісної свободи:

1) *самореалізація – адаптація* (процес об'єктивації сутнісних сил, провідною метою якого є максимальне пристосування до оточуючого середовища);

2) *самореалізація – пізнання* (діяльність з об'єктивації сутнісних сил, підпорядкована постійному розширенню і накопиченню знань про світ та про себе);

3) *самореалізація – виконання* (процес втілення особистісних сутнісних сил з виробництвом конкретних об'єктів за матеріальним чи ідеальним взірцем);

4) *самореалізація – новаторство* (процес особистісного самоздійснення, провідною метою якого виступає створення об'єкту, який раніше не існував);

5) *самореалізація – гра* (тип самореалізації, єдиною метою якого є сам процес об'єктивації сутнісних сил) [дет. див.: 113, с. 83-85].

На нашу думку, залежно від зовнішнього обмеження свободи підприємницька діяльність може здійснюватись у будь-якій із п'яти названих форм. (Так, скажімо, в дуже жорстких нормативно-правових рамках підприємництво може набувати форми адаптації чи – для початку – пізнання.) Але самій природі підприємницької діяльності найбільше відповідає самореалізація у формі гри, вона дозволяє розкривати все багатство її самоорганізаційного потенціалу. При цьому тільки треба не забувати, що кожна гра має здійснюватись за правилами, а той, хто їх не дотримується, – швидко програє. У бізнесі такими правилами є, з одного боку, норми закону, з іншого – мета самого підприємця. Остання теж раціоналізує і зводить ігрові дії в певне русло.

У цьому зв'язку конструктивною є теза Л. Подолянка, що «фундаментальною життєвою установкою для людини повинне бути не пристосування до норм того чи іншого світопорядку, а постійний пошук справжньої соціальності, усвідомлення своїх життєвих інтересів і соціальних

устремлінь. І це, як не дивно, вдається, але лише людині неординарній, для якої свобода вибору не просто життєво необхідна, вона – значення її життя, бо тільки завдяки їй ця людина утверджує себе в житті [134, с. 11]». Тому і вважається, що здатна до підприємництва людина – людина неординарна: вона, в тій чи іншій мірі приймаючи зовнішні обмеження, все ж реалізує свою внутрішню свободу в ініціативній, ризикованій діяльності.

У чому ж виражається свобода в підприємницькій діяльності?

Спочатку – у свободі вибору, чи займатись нею (підприємницькою діяльністю), чи ні. Адже вибір свободи підприємництва одночасно означає і вибір більшої відповідальності за його результати, за ступінь виконання своєї місії і задоволення потреби споживача. «З одного боку, будь-яка обрана людиною свобода – це поле для реалізації свого «я», а з другого – це все ж таки тягар, адже свобода це борг і відповідальність. Звідси закономірний висновок: яке почуття обов'язку і міру відповідальності сповідує людина, таку вона і обирає свободу [133, с. 14]».

У самій же підприємницькій діяльності, в першу чергу, відмітною сутнісною рисою підприємництва як такого явища є автономність прийняття рішення, без чого життєво необхідні для стабільного існування, а тим більше – розвитку підприємництва, все нові комбінації виробничих чинників неможливі ні економічно, ні організаційно, ні психологічно [див. також: 101; 102; 137]. Адже важливим питанням проблематики свободи в підприємстві є свобода волі – «один з аспектів *свободи*, в якому розкривається здатність людини приймати рішення із знанням справи, панувати над собою [172, с. 610]».

Цим, з одного боку, зумовлені вельми високі вимоги до суб'єкта підприємницької діяльності, який має бути харизматичною, пасіонарною, ініціативною й творчою особистістю; з іншого ж – передбачається стратегія на самообмеження з боку державного регулювання, від якого управлінська діяльність у сфері підприємництва залежить вельми значною мірою. Розвиток підприємництва є процесом реалізації особистих і колективних інтересів суб'єктів господарювання, а його результати – реалізованим корпоративним

інтересом. Підприємницький інтерес, якщо він відповідає назрілим суспільним потребам, стає рушійною силою докорінних змін і перетворень у способах виробництва, прогресивних економічних і управлінських нововведень.

В контексті творів І. Ільїна відмічається: «Якщо заборонити людині творити за власним почином та спонукою, то вона взагалі перестане творити ... Виключити з господарського процесу начало духовної свободи та начало довірливого самовкладення в речі – значить віддати усе на волю формального та продажного бюрократизму, байдужого нехлюйства, пустої претензійності, явної безвідповідальності, таємного саботажу та найжалюгіднішої безгосподарності [74, с. 3]».

Можна назвати і більш прикладний, окремий випадок впливу свободи на підприємницьку діяльність – йдеться про свободу договору. У Цивільному кодексі України наголошується на свободі сторін в укладенні договору, виборі контрагента та визначенні умов договору. Проте зміст договірної свободи сторін є значно ширшим. Окрім можливості вибору контрагента і визначення змісту договору, свобода договору включає також:

- а) вільний вияв волі особи на вступ у договірні відносини;
- б) свобода вибору сторонами форми договору;
- в) право сторін укладати як договори, передбачені законом (поіменовані договори), так і договори, які законом не передбачені, але йому не суперечать (не поіменовані);
- г) право сторін за своєю угодою змінювати, розривати або продовжувати чинність укладеного ними договору;
- д) визначати способи забезпечення договірних зобов'язань;
- є) можливість установлювати форми (міри) відповідальності за порушення договірних зобов'язань тощо [48, с. 10].

Таким чином, підприємницька діяльність завжди пов'язується зі свободою, вона неможлива без свободи – причому остання включає три основні складові: «економічну самостійність, економічне і правове рівноправ'я, економічну відповідальність [53, с. 95]». Ми б розширили такий погляд, адже

свобода підприємницької діяльності забезпечується, з одного боку, самоорганізаційним потенціалом підприємця, з іншого, – сформованістю підприємницької культури і господарського типу мислення в суспільстві; з одного боку, самоорганізацією економічної сфери, з іншого, – її державним регулюванням.

Головним регулятором самоорганізації підприємництва – як було показано в 2.1., виступає мораль. Через тісний взаємозв'язок підприємницької діяльності з мораллю, в поєднанні з тим, що мораль є важливим фактором самоорганізації людини і суспільства, а також його підсистем, – свобода підприємництва значною мірою детермінується саме нею. Моральні цінності, наявність моральної свободи вибору видів і методів економічної діяльності, несуперечливої мотиваційної системи особистості, забезпечення рівності та добровільності у прояві дій суб'єктів, відкритості економічної системи виступають органічними критеріями економічної життєдіяльності суспільства та виробничої діяльності особистості.

Як це не парадоксально звучить, але мораль забезпечує свободу підприємницької діяльності в першу чергу тим, що *створює рамки для неї*. Створюючи розумні рамки для підприємницької діяльності однієї людини, мораль тим самим надає простір для підприємництва інших.

Цілком правомірною є точка зору, що «головними моральними критеріями підприємницької діяльності є:

- 1) наявність моральної свободи вибору мети, видів і методів діяльності, а також можливості розкриття людиною всіх своїх потенцій;
- 2) визнання та повага індивідуумом інтересів інших суб'єктів ринку та суспільства в цілому;
- 3) здатність підприємця інтегрувати моральні мотиви своєї діяльності та інших суб'єктів ринку у певну систему;
- 4) наявність несуперечливої внутрішньої мотиваційної системи особистості;

5) узгодженість моральних мотивів, потреб та стимулів, що є необхідною передумовою економічної діяльності підприємця;

6) рівність (створення рівних стартових умов для всіх без винятку, виходячи з постулату, що люди народжуються вільними й рівними у своїх правах та умовах, вони первинно мають рівні можливості щодо використання суспільних благ);

7) відкритість (економічна та всі інші сфери суспільства повинні бути прозорими для людини та регулюватися загальноприйнятими нормами моралі);

8) добровільність (надання людині можливості діяти згідно з її власними бажаннями, моральними інтересами та потребами) [118, с. 13]».

На нашу думку, саме в термінах співвідношення внутрішньої і зовнішньої свободи можна створити найбільш комплексну, світоглядну картину детермінації і обмеження підприємницької діяльності. Внутрішня свобода створює підставу і відкриває межі підприємництва, зовнішня свобода їх обмежує.

Внутрішня свобода підприємницької діяльності детермінується, з одного боку, глобальними факторами – історично сформованим господарським менталітетом і рівнем сформованості підприємницької свідомості в визначеному суспільстві в конкретний період його розвитку, з іншого – локальними, чим є особисті і професійні здібності самого підприємця.

Зовнішня свобода також детермінується глобальними факторами – на рівні загальнолюдських цінностей, які в сукупності зібрані в моралі; і локальними факторами – на рівні державного регулювання, які в сукупності зібрані в системі нормативно-правової регламентації підприємництва в країні, що містить відповідні документи і інститути, що відповідають за їх дотримання. Цю детермінацію ми зобразили на рисунку 2.4.

Треба зазначити, що важливою сучасною тенденцією загальноцивілізаційних змін у цій детермінації є зближення системи правового регулювання в окремій державі із загальносвітовим правом, що на рисунку 2.4. показано пунктирною межею внутрішньодержавної регламентації.

Також слід звернути увагу на мораль – «загальнолюдське» в детермінації підприємництва. Б. Новіков зазначає, що проблема загальнолюдського в проблематиці наукової філософії – це теоретична іноформа буття проблеми гуманізму, а «міра, в якій існує практична всезагальність творчості, тотожна мірі, в якій існує практична всезагальність загальнолюдського». І, зрештою, «суб'єктом загальнолюдського Людина стає лише за тієї умови, що вона стає безпосередньо-усуспільненою людиною [117, с. 124]». «Безпосередньо-усуспільненою» – хіба ж це не означає реалізованою в соціальному бутті, соціально успішною?

Проаналізуємо детальніше фактори цієї детермінації, показаної на схемі.

На особливу увагу заслуговує господарський менталітет (як історично сформований фактор) і підприємницька свідомість (як фактор сучасності) – адже саме ними створюється первісний простір для розгортання підприємництва.

Отже, історико-психологічним підґрунтям свободи підприємництва у тій чи іншій нації виступає *господарський менталітет*. Його риси визначають специфіку підприємницької діяльності представників певної етнонаціональної спільноти. І при розгляді цього явища стає особливо зрозумілим, що свобода підприємницької діяльності є надзвичайно важливою для українських господарів – адже жадоба свободи притаманна українському менталітету. Зупинимось на цьому детальніше, звернувшись до спеціального комплексного дослідження В. Попова.

У ньому дослідник обґрунтовує бачення, що господарський менталітет репрезентує собою усталену соціально-психологічну систему, найважливішими складовими якої є ментальні символи, стереотипи та атитюди; ця система виконує ідентифікаційно-інтегративну, комунікативну, світоорієнтаційну та змістотворчу функції; господарський менталітет у своїй цілісності являє собою визначену парадигму, яка на феноменологічному рівні відбивається у ставленні до праці та багатства, обміну та розподілу, підприємництва та власності тощо.

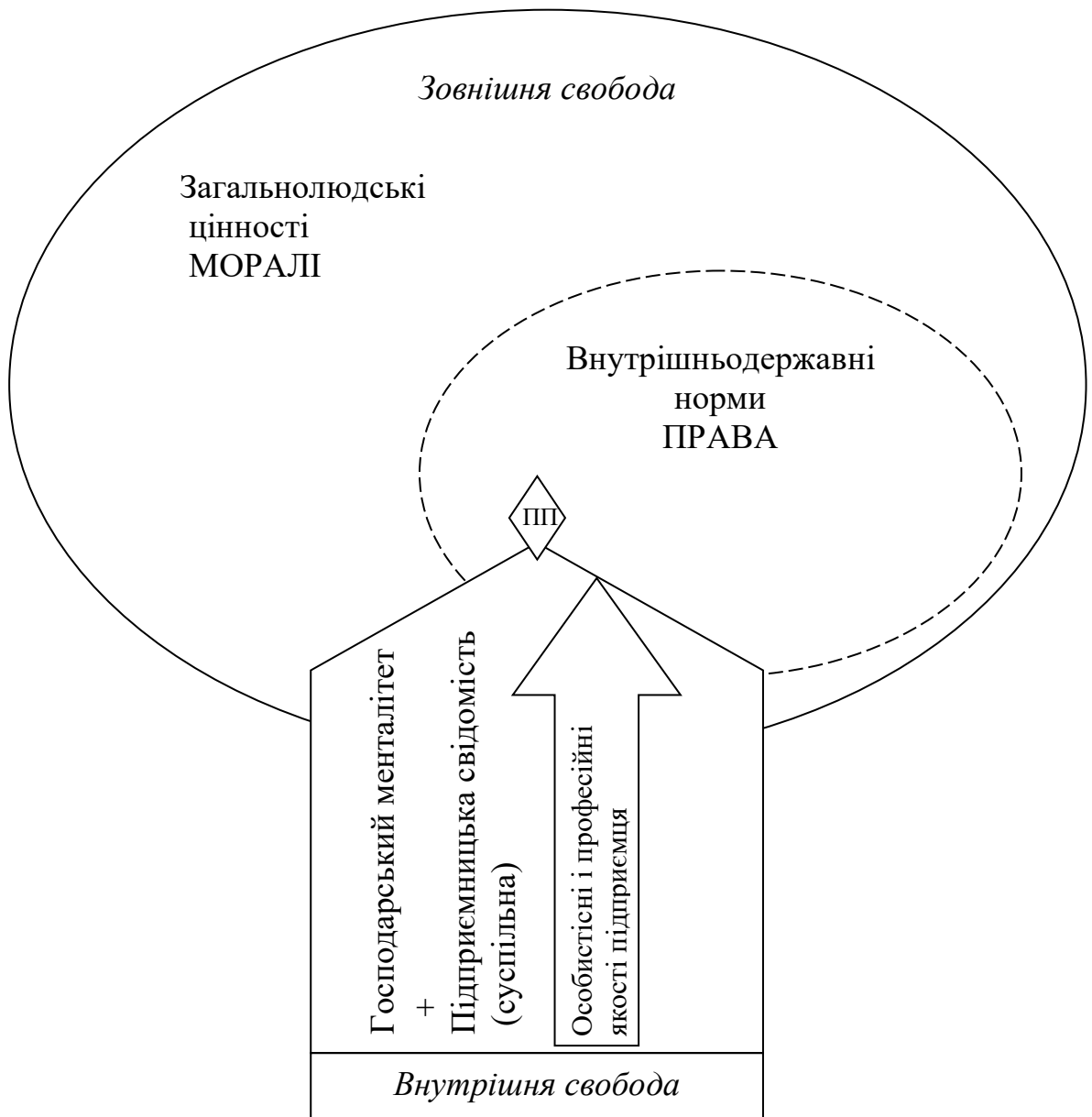


Рис. 2.4. Фактори внутрішньої і зовнішньої свободи в детермінації підприємницької діяльності (де ПП – приватне підприємство)

Провідними рисами традиційної української господарсько-ментальної парадигми, за В. Поповим, можуть бути означені: певний індивідуалізм, екофільний характер праці, особливо землеробської, розвинуті приватновласницькі інстинкти, комунікабельність, толерантність до інших культур. Підсвідомими засадами модусів сприйняття дійсності та певної соціально-господарської поведінки українців, які лежать в основі їх

господарського менталітету, є архетипи Матері-Землі, Козацької Волі та Святої Віри.

Дослідник показує, що виокремлені у роботі культурно-історичні групи чинників формування українського господарського менталітету (соціальні, релігійні, геополітичні) мали свою вагу не лише при складанні етнічних ментальних структур, але й впливали на їх подальші трансформації. Тому духовне оновлення українського народу, вироблення ефективного психологічного механізму стимуляції продуктивної праці та конкурентноспроможного господарювання (зокрема, у формі підприємництва) неможливе без подолання наслідків впливу тоталітарної ідеології на господарсько-ментальні настанови. Зрозуміло, отже, що вибір Україною цивілізаційної моделі господарювання може бути зроблений лише з урахуванням її природних ментальних настанов і орієнтирів, що тяжіють до європейської парадигми [136].

Крім цього, для нас із даного дослідження важливо окремо підкреслити, що господарський менталітет є соціально-психологічною підвалиною певної *економічної культури*. Економічна ідеологія суспільства і економічна культура особистості є основою соціалізації суб'єкта економічної діяльності та підґрунтям екстерналізації ним нового соціального знання.

Як підкреслює М. Титарчук, трудова поведінка особистості як підприємницька діяльність, підприємництво, значною мірою визначається, особливо на етапі ринкових перетворень, рівнем економічної культури. Культуру підприємництва визначає сукупність практичних, матеріальних і духовних надбань суспільства, які відтворюють досягнутий рівень підприємницької діяльності або багатством тих надбань, які люди отримали у процесі своєї діяльності і пізнання економічної дійсності. Сукупність різновидів ринкової трудової поведінки, як підприємницької діяльності, показників високої трудової ефективності особистості забезпечує впровадження сучасних радикальних реформ, створення «середнього класу» та рівновагу в суспільстві [165, с. 12-13].

О. Бондаренко робить ґрунтовний аналіз цих явищ крізь призму *економічної ментальності*. Авторка каже, що це «узагальнене поняття для позначення стійкого порядку мислення людини (людей) та організації індивідуально-психологічної і соціально-психологічної структури її (їх) особистості в сфері економічної (господарської) життєдіяльності суспільства [20, с. 37]».

Ми не бачимо сенсу розводити поняття «економічна ментальність» і «господарська ментальність» і вживаємо їх як синонімічні. Але саме словосполучення «господарська ментальність», або «господарський менталітет» є більш влучним в контексті аналізу підприємництва, адже «економічна ментальність» за змістом може бути ширшим поняттям, і включати підсвідомі настанови також і щодо непідприємницької, шаблонної економічної діяльності, щодо загальних законів функціонування економічної сфери, в тому числі і в умовах планової економіки.

Проте важливо розводити господарський менталітет (як сукупність психологічних, небов'язково усвідомлюваних підстав господарської, підприємницької діяльності) – і господарську (економічну, підприємницьку тощо) свідомість.

Зокрема, *економічна свідомість* досліджується в роботах Т. Глушко [30], при цьому автор у межах структури економічної свідомості виокремлює такі рівні, як традиційне економічне знання та нетрадиційне економічне мислення. У свою чергу, нетрадиційне економічне мислення розглядається у контексті індивідуально-креативного (бізнес) та соціально-креативного (економічна ідеологія) спрямування. Як бачимо, економічна свідомість пов'язана з раціональними процесами – з мисленням (на противагу ірраціональним шарам ментального).

Також обґрунтовується теза про те, що такі рівні економічної свідомості є результатом інтерналізації та екстерналізації економічного знання. В якості первинної економічної соціалізації постає інтерналізація традиційного економічного знання як елемента культурної спадщини та відповідного йому

господарського духу, стилю економічної діяльності та моделі економічної поведінки. У такому теоретичному контексті йдеться про загальні принципи соціального господарювання як форми традиційної економічної культури. Вторинна ж економічна соціалізація передбачає альтернативні сценарії розвитку у контексті множини можливих варіантів соціально-економічного поступу. Відповідно, вторинна соціалізація суб'єкта економічної дії в історичному контексті реалізується засобами креативного економічного мислення як продукту екстерналізації соціально-економічного знання. У термінах нашого дослідження, *вторинна економічна соціалізація здійснюється суб'єктами підприємництва і результується в його продуктах – товарах і послугах [30].*

Дотичною до визначення глибинних самоорганізаційних засад підприємницької діяльності є дисертація Г. Козловської [див.: 85], в якій вона робить аналіз організаційної свідомості як «відображення, осмислення та переживання людиною впливу організаційних ідей, знань, поглядів, цінностей, норм поведінки, почуттів тощо на процеси утворення, упорядкування та вдосконалення оточуючого і свого власного буття» і обґрунтовує, що показником її зрілості виступає організаційна культура. Останню дослідниця визначає як зумовлений попереднім організаційним досвідом певний рівень гармонійного розвитку людей у суспільстві, їхнє вміння використовувати набуті організаційні знання в практичній діяльності, а також способи упорядковуючих дій та організаційної поведінки індивідів або соціальних груп.

Підприємницька свідомість формується і розвивається під впливом економічних відносин і цінностей, що їх регулюють, і створює проект підприємницької діяльності. *У цілому, оптимальний рівень свободи підприємницької діяльності визначається компромісним поєднанням економічно-прибуткових і морально-духовних цінностей. А підприємницька свідомість постає важливим ірраціональним внутрішнім механізмом, що забезпечує таке поєднання.* Ширше зміст підприємницької свідомості може бути розкритий через її функції – основними з яких є наступні:

– підприємницька свідомість відображає систему об'єктивних суперечностей в економічних відносинах й виробляє моральні та інші норми, що регулюють ці суперечності;

– її джерелом є свідоме прагнення діяти у відповідності до самостійно поставленої економічної мети;

– підприємницька свідомість реалізується в підприємницькій діяльності економічного суб'єкта – виступаючи умовою професійної самореалізації особистості та фактором здобуття її свободи в соціумі;

– підприємницька свідомість регулює поведінку підприємця за умови внутрішньої узгодженості системи її вимог із вимогами та потребами суспільства;

– підприємницька свідомість виражає моральні обов'язки підприємців перед суспільством;

– підприємницька свідомість впливає на ефективність роботи підприємства, культуру взаємин у ньому, а також у всьому суспільному просторі;

– підприємницька свідомість робить внесок у координацію дій суб'єктів економічної діяльності.

У цілому, підприємницька свідомість – це комплекс раціональних детермінант, що лежать у підґрунті забезпеченні внутрішньої свободи підприємницької діяльності. Господарський менталітет – відповідний комплекс ірраціональних детермінант, який формується в тривалому процесі історичного розвитку етнонаціональної спільноти.

В *індивідуально-суб'єктивному* плані їх реалізація в підприємництві опосередковується особистісними і професійно-діловими якостями підприємця.

У західноєвропейській діловій культурі сформувалися цінності, які визначають діяльність підприємців. До них відносяться витворення, незалежність, взаємодопоміжність. Саме в них згруповані необхідні особистісні і професійні якості успішного підприємця. Як бачимо, свобода виражена в кожній з них.

Витворення означає орієнтацію на створення нових цінностей, на виробничу діяльність і її результативність, на досягнення практично значимих цілей. Воно пов'язане з такими базовими цінностями, як корисність, успішність, ефективність соціально організуючої і соціально-творчої діяльності, спрямованої на інтереси окремої людини, соціальної групи, інституту і суспільства в цілому.

Незалежність також є цінністю ділової культури й означає творчу самостійність. Основа незалежності – почуття хазяїна власного положення, яке здобувається завдяки успіху справи, що дає відчуття свободи в соціальному просторі. Але незалежність з необхідністю вимагає від підприємця активності, відповідальності, самостійності, що представляють собою соціально-типові риси і цінності. На рівні особистості соціальними цінностями є автономія і суверенність.

Взаємкорисність – це ще одна цінність ділової культури цивілізованих країн. Підприємець самостійний у виборі цілей, задач і засобів їхньої реалізації. Він організує виробництво не для власного споживання, а для продажу і при цьому враховує корисність предметів і послуг, що задовольняють інтереси і запити людей. Діяльність має споживчу цінність і приносить взаємну користь [6, с. 21-25].

На нашу думку, в сучасних демократично-орієнтованих суспільних умовах саме ці три цінності підприємницької культури найбільш адекватно відбивають вимоги до успішного підприємця. Хоча ті чи інші аспекти цієї проблематики активно досліджуються досить тривалий час. Навіть ще й в роботах радянських вчених досить потужним чином вивчалися різні типи виробничих відносин і їх суб'єктів. Адаже 70-річна практика організації виробничих процесів на засадах суспільної власності мала в своєму активі зразки самовідданого господарського ставлення до процесу і знарядь праці, ресурсів, майна.

Так, природа колективної (комуністичної) праці та становлення колективістського типу особистості аналізувалась, зокрема, в роботі Г. Гака

«Діалектика колективності та індивідуальності». Роль колективу у становленні особистості підкреслена в монографії В. Ратникова «Колектив як соціальна спільність». Вплив нового типу соціальних відносин на формування морально-етичних якостей радянської людини досліджувалась у колективній монографії «Бригадна організація праці: стан та перспективи», монографії В. Врублевського «Праця на порозі третього тисячоліття. Праця і НТР: політико-економічний аспект» (К., 1980) [дет. див.: 3].

Характеристики суб'єкта соціалістичної виробничої діяльності досліджувались також в роботах В. Антоненка, Г. Бадєєвої, В. Іванова, М. Лапіна, М. Мокляка, М. Михальченка, І. Надольного і багатьох інших вчених. Ці дослідження актуальні і в наш час. Адже ринкові відносини, приватна власність, підприємництво, що утверджуються, значення і ролі колективної праці не зменшують, вони лише змінюють форми і можливості її організації та реалізації. А якщо це так, то й якості людини праці, сформовані в системі колективістських відносин, мають сенс і значення в реалізації підприємництва, що все більш потужно заявляє про себе в сучасній системі суспільного та індивідуального виробництва.

Безумовно, індивідуальна підприємницька діяльність і трудова поведінка особистості змінюється і еволюціонує, але визначальні її риси залишаються незмінними. Становлення підприємництва в Україні має свої відмінності та супроводжується соціальними факторами, такими як: динаміка доходів населення; рівень життя та соціальних гарантій; соціальна та трудова поведінка особистості за умов економічної реформи, що фіксується динамікою переходу у комерційні та підприємницькі структури та виходу з них; політична активність; ставлення до підприємництва та установки на підприємницьку діяльність. Підприємницька мотивація, мета досягнення, активна трудова поведінка особистості зумовлюють розвиток підприємництва, яке за своєю сутністю визначається як метод господарювання особистості з особливим мисленням, соціально-економічною та трудовою поведінкою [див.: 165, с. 12].

З іншого боку, ринкові відносини потребують цілком (і переважно) особистісного ставлення до праці. Підприємництво потребує нової мотивації, соціальної активності працівників, нової трудової поведінки і нової моралі. Його суб'єкт – людина твердого внутрішнього самостійного кореня, готова до рішучих дій, здатна приймати самостійне рішення, нести за нього персональну відповідальність. Ринкові відносини утверджують новий тип особистості – прагматичний, діловий, підприємливий. Він йде на зміну колишньому «суспільному власнику», який у своїй більшості розглядав суспільну власність як «не свою», може й «чужу», а як таку, що потребує здійснення своєрідної «виробничої повинності», і аж ніяк не повної віддачі, господарності, підприємливості [3]. Досвід більш як десятирічного розвитку підприємництва засвідчує, що колишня «затуркана» колективістськими формами організації праці й колективістською відповідальністю (з мінімальною психологією споживання), до участі у якості суб'єкта новітніх виробничих відносин виявляється не підготовленою. Підприємництво утверджують, як правило, молоді люди, не обтяжені старими формами (й нормами) організації виробництва, людьми, спрямованими в майбутнє, «інфікованими» зарубіжним (капіталістичним) досвідом.

В індивідуальній підприємницькій діяльності вельми вагомим фактором творчості і ефективності є *співвідношення між вимогами до роботи і зовнішніми обмеженнями*. Вимоги до роботи визначають спектр завдань, що має виконувати підприємець або працівник. А обмеження включають фактори, що детермінують поле можливих дій.

Як демонструє А. Чуйкін [180, с. 30-31], залежно від співвідношення конкретних вимог і обмежень можливі три типи робіт (див. рис. 2.5).

Який із цих типів характеризує найбільш ефективне підприємництво?

Вочевидь, другий тип робіт передбачає найбільшу свободу вибору підприємця. Але в ньому ж є досить низькі вимоги до його дій, що не є підставою для соціальної ефективності і конкурентоспроможності в ринковому суспільстві. Тому, на нашу думку, найбільш ефективне (не лише в

індивідуальному, а і в суспільному плані) підприємництво здійснюється по третьому типу – коли до підприємця висувається багато вимог і відкриваються широкі межі для виконання відповідних обов’язків.

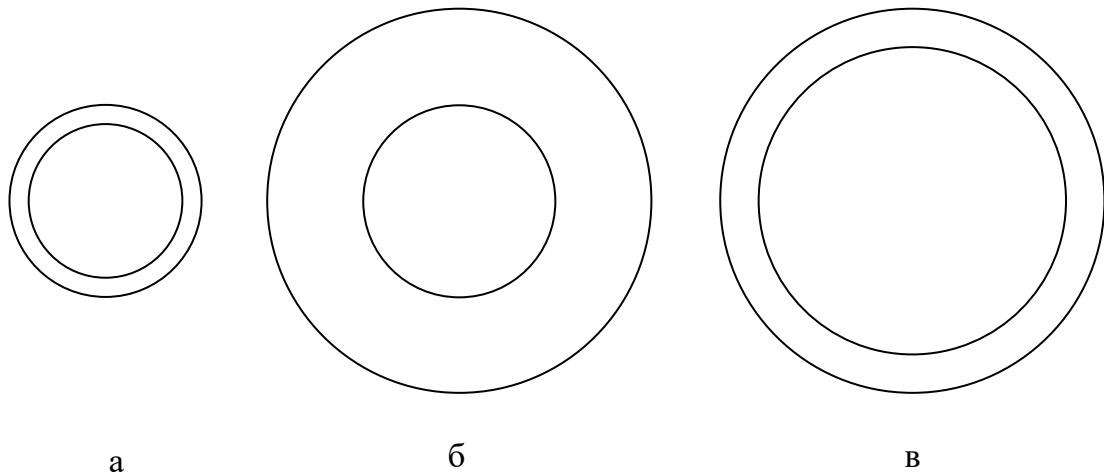


Рис. 2.5. Співвідношення вимог (внутрішнє коло) і обмежень (зовнішнє коло)

(де, а – вузький перелік вимог і обмежень; б – вузький перелік вимог і широкий перелік обмежень; в – широкий перелік вимог і широкий перелік обмежень)

Крім того, необхідно пам’ятати, що однією з ознак цивілізованої підприємницької діяльності є існування інноваційних компонентів. Якщо підприємець не буде впроваджувати нововведення у всіх сферах своєї діяльності, то він буде неконкурентоспроможним, тим більше, що конкуренція зростає [див. також: 116].

Отже, свобода є неодмінною умовою функціонування підприємництва як складного соціального явища. Вона іманентно властива як господарському менталітету, так і індивідуальним властивостям особистості підприємця; в тій чи іншій мірі проявляється в підприємницькій свідомості – все це є форми вираження внутрішньої свободи у підприємстві. Зовнішня ж свобода втілена в загальнолюдських моральних цінностях і державному праві, що виконують

функцію обмеження свободи підприємця для захисту прав і свобод інших громадян.

Свобода постає критерієм ефективності державного регулювання підприємницької діяльності, оскільки занадто вузькі рамки, створювані ним, перешкоджають творчій діяльності підприємця, занадто ж широкі – створюють підстави для економічного свавілля, зокрема в питаннях встановлення цін, добросовісності конкуренції тощо. Тому необхідна певна межа, певний рівень свободи підприємництва.

Для визначення цього рівня доцільно звернутись до *принципу ентропійного коридору*, остаточно сформульованого в рамках синергетичної парадигми. Ентропійний коридор – це припустимий інтервал ступеня неупорядкованості системи, при якому вона зберігає характеристики динамічної стійкості.

Згідно розробок Є. Седова, ентропійний коридор, тобто інтервал значень ентропії, коли система зберігає свої основні характеристики та може нормально функціонувати, – це коридор від 20 % до 33 % ентропії. Зниження ентропійного показника за мінімальну межу робить систему неадаптивною, адже певний рівень нерівноважності, нестійкості, неупорядкованості дозволяє системі легше пристосовуватися до умов, які змінюються. Зростання ентропії більше 33 % спричинює перехід системи до хаотичного стану, руйнування її старої структури і вихід на якісно новий рівень. Причому в рамках визначеного коридору оптимальним Є. Седов вважав стани, коли рівень ентропії складає 20 % від максимально можливого [153].

У роботах інших авторів вказується дещо відмінна величина оптимального для соціальних систем рівня ентропії. Так, А. Колков стверджує, що «в гармонійній системі співвідношення хаосу й порядку тяжіє до «золотого перерізу», тобто граничне значення ентропії дорівнює 0,382 [86, с. 91]». Обґрунтованості такому визначенню додає те, що це співвідношення («ентропійно-гармонійна норма організації систем», за А. Колковим) було

перевірене в системах різної природи – лінгвістичних, космічних, біологічних, психічних, технічних – і скрізь підтвердило своє значення [86, с. 93].

Отже, інтервал припустимих значень ентропії (непорядкованості) – між 20% і 38,2%. Вихід за верхню межу ентропійного коридору призводить систему до хаотичного стану, а коли ступінь порядку в системі більше 80% – це обумовлює застійні явища, які, накопичуючись, поступово призводять до загибелі системи.

У механізмі детермінації підприємницької діяльності державне регулювання виконує впорядковуючі, стабілізуючі, урівноважуючі функції, а самоорганізація означає вільну творчу ризиковану діяльність. Тому згідно принципу ентропійного коридору оптимальну міру свободи, яка досягається співвідношенням між вільною самоорганізацією і державним регулюванням, можна визначити як 20 - 38,2 %. Це означає, що не більше 38,2 % процедур у рамках підприємницької діяльності мають визначатись державою – такою є оптимальна частка свободи підприємництва, відповідно таке державне регулювання цією галуззю можна назвати ефективним.

Висновки до другого розділу

Головним результатом даного розділу дисертаційної роботи стало з'ясування механізму детермінації становлення і розгортання підприємництва.

По-перше, показано, що внутрішньою підставою підприємницької діяльності постають потреби і здібності: потреби громадськості в споживанні, з одного боку, і потреби підприємця в самореалізації і в соціальному успіху та його підприємливість, – з іншого. Вони утворюють відповідні спонукально-мотиваційні комплекси в соціокультурному просторі, забезпечуючи самоорганізацію підприємництва як складного суспільного явища.

По-друге, визначено, що зовнішні умови для розгортання підприємництва втілені в системі державного регулювання, яка складається із законів і підзаконних актів, інших нормативних документів та соціальних інститутів, які забезпечують впровадження їх у життя.

По-третє, продемонстровано, що комплексним критерієм ефективності державного регулювання підприємницької діяльності є свобода. Детермінацію розгортання підприємництва представлено в категоріях зовнішньої і внутрішньої свободи. Внутрішня свобода визначає, що підприємець сам собі дозволяє, і втілена в господарському менталітеті і підприємницькій свідомості (на її суспільному рівні) та в психологічних і професійних здібностях підприємця (на індивідуальному рівні). Зовнішня ж свобода – це те, що дозволено підприємцю: вона визначається внутрішньо-державним правом і загальнолюдськими цінностями, втіленими в моралі.

Створивши загальну світоглядну модель становлення підприємництва, ми зобов'язані з'ясувати специфіку розгортання цього феномена в просторі української дійсності.

РОЗДІЛ 3

ПРАКСІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

3.1. Українське підприємництво як складова світового і європейського ринку

Розпочинаючи праксіологічний аналіз підприємницької діяльності в Україні, як вихідну тезу дослідження маємо зауважити, що українське підприємництво як суспільне явище не існує ізольовано, а виникло та розвивається як природний компонент глобальної системи світової та європейської ринкової економіки. Тому, аналіз специфіки становлення українського підприємництва необхідно провадити на тлі визначення загального – рис розвитку сучасного підприємництва у світі. З огляду на це маємо спочатку окреслити загальні сучасні закономірності розвитку європейського і світового ринків.

Перш за все, аналізуючи загальне явище підприємництва в світі та українське підприємництво як його складову, варто зауважити на факті входження України до Європейського бізнес-реєстру (єдиної країни поза межами Євросоюзу), яке відбулося у 2006 році.

Дана подія офіційно засвідчила, що українське підприємництво є органічною складовою європейського ринку. Це є одним із найбільших здобутків Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва і бізнес-громади, адже даним актом було європейською спільнотою офіційно визнано принципovu відповідність української системи реєстрації європейськими стандартам і нормам [72, с. 60].

Як показує аналіз численних робіт, присвячених цій проблематиці, [див., напр.: 32; 35; 151; 70; 149; 150; 121] ключовими тенденціями загальноцивілізаційного розвитку є *демократизація, гуманізація і глобалізація*, у

відповідності до яких визначаються також і ключові тенденції розвитку сфери підприємництва.

Особливо показовою і важливою для розвитку світового підприємництва тенденцією є **активне зростання частки малого бізнесу**. На цій ключовій тенденції, яка визначає специфіку розвитку сучасної підприємницької сфери, ми зупинимось детальніше.

Активне зростання частки малих підприємств у структурі економіки західних країн почало відбуватися з середини 70-х – початку 90-х рр. ХХ ст. і триває дотепер. На сьогоднішній день в найбільш розвинених країнах Заходу малі фірми складають близько 70-90% від загального числа підприємств.

Для порівняння можна зазначити, що, наприклад, у США у малому підприємстві зайнято 53% всього населення, а в Японії – 71,7%. В країнах же ЄС на аналогічних підприємствах працює приблизно половина активного населення. Такі цифри, по-перше, характеризують збільшення обсягів малого підприємництва в загальній кількості приватних організацій як ключову тенденцію розвитку сучасної сфери бізнесу, а по-друге, свідчать про величезну важливість підприємств малого бізнесу для економіки цих країн.

На користь ефективності малих фірм говорить такі відносні показники, що на 1\$ витрат вони впроваджують у 17 разів більше нововведень і розробок, ніж великі підприємства, які дають життя лише 10 % нових технологій, інші 90% впроваджують малі підприємства і незалежні винахідники [51, с. 6-7].

Розвиток підприємств малого бізнесу необхідний також тому, що вони підтримують життєдіяльність старих великих підприємств і в співпраці з ними отримують прибутки для себе та збагачують світову ринкову економіку в цілому. Про це свідчать наступні показники: у США на малий бізнес доводиться 34,9% чистого доходу, в Японії – 56,6% всієї продукції в оброблювальній промисловості проводять підприємства малого бізнесу.

Окрім того, великий позитивний момент діяльності малих підприємств полягає в тому, що чимало цих організацій виявляються більш *адаптивними* до мінливих умов ринкового середовища та вимог конкурентного розвитку в

кризові періоди для західної економіки, ніж великі підприємства. Великі розгалужені фірми не такі чутливі та достатньо швидко реагують на які-небудь коливання або зміни в економіці. Не випадково в політиці урядів Німеччини, США і багатьох інших розвинених капіталістичних країн допомога малому бізнесу посідає особливе місце.

Стан малого підприємництва на сьогодні став своєрідним індикатором загального рівня розвитку економіки країн. Невеликі підприємства найчутливіше реагують на зміну господарської кон'юнктури, падіння або підвищення норми прибутку у галузях економіки. Хвиля банкрутств або створення нових компаній зароджується перш за все в немонополізованому секторі і лише пізніше, набравши сили, докочується до середнього та великого бізнесу, відбиваючись на їх діяльності.

В умовах погіршення внутрішніх економічних умов великі компанії знаходять «вихід» у вигляді експорту капіталу. Дрібні фірми, як правило, не мають такої можливості. Для виживання це змушує їх інтенсивно переглядати свою виробничу і збутову діяльність, впроваджувати ефективні маркетингові заходи, звертати посилену увагу на нові розробки. Ті з них, які в кризові моменти 70-х – початку 80-х років ХХ ст. зуміли пристосуватися – вижили, інші – просто збанкрутували. В свою чергу, розвиток малих підприємств при подоланні цієї кризи послужив важливим засобом оздоровлення економіки, і пояснюється це перш за все тією роллю і функціями, які виконує малий бізнес.

По-перше, як вже наголошувалося, він забезпечує необхідну мобільність в умовах ринку, створює глибоку спеціалізацію і кооперацію, без яких немислима його висока ефективність.

По-друге, він здатний не тільки швидко заповнювати ніші, що утворюються в споживчій сфері, але і порівняно швидко окупатися.

По-третє, – створювати та підтримувати атмосферу конкуренції, що є умовою постійного розвитку підприємницьких структур.

По-четверте (і це, мабуть, найголовніше), він створює те середовище і дух підприємництва, без яких ринкова економіка просто неможлива.

Малі і середні підприємства відіграють значну роль в підтриманні ринку праці та формуванні зайнятості населення, виробництві окремих товарів, дослідницьких і науково-виробничих розробках тощо.

Про те, що малі підприємства здатні у великих масштабах забезпечувати роботою незайняті трудові ресурси, говорить той факт, що у США в дрібних фірмах в 2000 році було зосереджено 40%, а у Німеччині – 49% всієї робочої сили. У цьому полягає соціальна роль підприємств малого бізнесу [108, с. 165-167].

Оскільки збільшення питомої ваги малих підприємств виступає на сьогодні ключовою тенденцією розвитку сучасного підприємництва як в світі, так і в Україні, в рамках дослідження доцільно було б визначити його основні сучасні сутнісні риси.

Для ґрунтовного аналізу малого бізнесу як явища важливо визначити принцип та критерії *поділу підприємств на малі і великі*. Існує багато різноманітних підходів до вирішення цієї проблеми.

Деякі дослідники виділяють поняття монополії, а все, що не підходить під це визначення, відносять до малого підприємництва. Розуміючи, що цього недостатньо, порівнюють обороти основних засобів, обсяги прибутку і продажів. У теперішній час підприємства найчастіше класифікують за кількістю зайнятих в них осіб та обсягами валового доходу.

Дуже часто знаходять своє застосування більш розгалужені класифікації бізнесу, ширші, ніж поділ на малий, середній та великий. Часто, залежно від важливості малого бізнесу в економіці країни, він самостійно розділяється на різні групи. Наприклад, у Німеччині існує 4 категорії підприємств, залежно від кількості персоналу:

- від 20 до 49 осіб;
- від 50 до 99 осіб;
- від 100 до 199 осіб;
- від 200 до 499 осіб.

У Німеччині, щоб фірму визнали малою, її річний оборот повинен складати від 3,5 до 11,5 млн. DM, в США – 3-12 млн. \$.

На тлі вітчизняної економіки згідно проекту закону України «Про розвиток та підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», що був розроблений у 2009 році Держпідприємством, до малого бізнесу пропонується вважати фірми, які мають обсяг річного валового доходу, що не перевищує суми, еквівалентної десяти мільйонам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні. Хоча даний законопроект ще не затверджений, його зміст відображає основні характеристики малого підприємництва в Україні сьогодні.

За кількістю персоналу в Україні до малих підприємств довгий час відносили:

- у промисловості і будівництві – до 200 осіб;
- в інших галузях виробничої сфери – до 50 осіб;
- у науці – до 100 осіб;
- у роздрібній торгівлі – до 15 осіб;
- у інших галузях невиробничої сфери – до 50 осіб [див., напр.: 51].

Згідно останніх законодавчих актів, «малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує сімдесяти мільйонів гривень [57]».

Але у будь-якому випадку система градації фірм і їх віднесення до розряду малих або середніх є достатньо проблематичним, тим більше, що *малим підприємством бути вигідніше, оскільки для нього здійснюється та постійно розвивається та вдосконалюється практика державної підтримки за допомогою пільгових кредитів і державних замовлень як в контексті світової ринкової економіки, так і власне української.*

Малі підприємства як виникають, так і розпадаються з багатьох причин. Наприклад, у Німеччині впродовж 1995-2005 рр. більше 14500 підприємств з

числа малих збанкрутували, причому 40 % з них проіснували не більше 5 років. *Частка банкрутів серед підприємств малого бізнесу завжди вища*, бо, йдучи на ризик, підприємець вирішує складну проблему конкурентоспроможності продукції, що випускається. Адже початкова вартість ставить засновників фірми в не вигідне положення в порівнянні з фірмою, що діє. Новачкові потрібно на самому початку проводити свою роботу при вищих витратах, ніж підприємцеві фірми, що порівняно давно діє на ринку. Фірма-початківець завжди має вищу собівартість продукції та терпить більші витрати. Найбільш часті причини банкрутства малих підприємств – це невдачі у сфері збуту продукції, а також недостатня компетентність і відсутність досвіду [38, с. 379].

Але все таки, не зважаючи ні на що, кількість новостворюваних малих фірм завжди перевершує число ліквідованих. Це свідчить про абсолютне збільшення числа підприємств малого і середнього бізнесу в економіці – такою є загальносвітова та загальноєвропейська тенденція. Причому достатньо важливим є те, що часто мале підприємство стає банкрутом не повністю, а лише викупается крупнішою фірмою.

У 80-х рр. ХХ ст. у Європі позначилася тенденція до збільшення числа малих підприємств. Тому правомірно стверджувати, що в ці роки, одночасно із зміцненням позицій верхівки монополістичного капіталу (дане твердження ні у кого не викликає сумнівів) в економіці країн Заходу намітився процес зростання значення малих та середніх фірм у ряді галузей як матеріального, так і нематеріального виробництва.

Таким чином, у 70-і – 80-і рр. ХХ ст. намітилася тенденція, за умов якої частка найбільших компаній у випуску продукції, інвестиціях, обороті і інших показниках багатьох галузей залишалася стабільною або навіть дещо знижувалася. Встановився збалансований стан між малим і середнім бізнесом. Цей тимчасовий період можна вважати апогеєм малого бізнесу, оскільки для підприємництва все більш важливою стає швидка, гнучка, інноваційна адаптація внутрішнього середовища і зовнішніх взаємозв'язків фірм до зростаючої невизначеності господарського середовища.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. підприємці все частіше усвідомлюють необхідність використовувати не тільки переваги спеціалізації, особливу атмосферу творчості і зацікавленості, що традиційно панує в малих фірмах, але і можливості, які відкриваються при **виробничій кооперації**: економія на масштабах, сумісні науково-дослідні розробки, розділення ризику.

Для зручності і прискорення цього процесу на Заході увійшли у практику методи **міжнародної кооперації** – створення сумісних підприємств. Нещодавно і Україна приєдналася до цих процесів.

Оскільки відмінною рисою сучасного світового розвитку є зростання взаємозалежності держав, що породжується інтернаціоналізацією економіки відповідно до об'єктивних потреб науково-технічного прогресу, та інтеграційними процесами у Європі, у цих умовах вагомим інструментом міжнародного поділу праці стають великі підприємства, що здійснюють підприємницьку діяльність як у власній країні, так і за її межами.

Форми міжнародного підприємництва досить багатоманітні. Це створення дочірніх фірм та філіалів за кордоном, спільних підприємств з фірмами інших країн, змішаних компаній з участю місцевого державного та приватного капіталу. Проте, загальним для всіх видів міжнародного підприємництва є вихід економічної діяльності за рамки національних територій, тобто її **транснаціоналізація** [181].

З цієї точки зору, проблема міжнародного підприємництва є, по суті, проблемою транснаціональних корпорацій (ТНК). Розгляд міжнародного підприємництва перш за все крізь призму ТНК викликаний визначенням їх провідної ролі у світових господарських зв'язках, а також тим, що саме у подібних корпораціях якнайповніше концентруються всі типові риси та передові форми сучасних міжнародних економічних відносин.

Сьогодні все більш очевидними стають такі сутнісні характеристики розвитку сучасного підприємництва як невідпинне поглиблення міжнародного ринку поділу праці, поступальний розвиток міжнародних господарських зв'язків як все більш важливої складової частини сьогоденної ринкової

економіки, зростання ролі міжнародного підприємництва, спільних фірм і транснаціональних корпорацій; підвищення адаптаційної здатності і мобільності об'єднаних компаній і транснаціонального капіталу, їх здатності використовувати новітні досягнення науково-технічного прогресу для підвищення економічної ефективності, гнучко і оперативно пристосовувати свою стратегію і тактику до змінних умов світового ринку.

У цьому мабуть, і полягає головний практичний урок ринкових методів господарювання на загальносвітовому і європейському рівнях.

Як свідчить аналіз, вивчення цього уроку відобразилось *в українській реальності* кінця ХХ – початку ХХІ століття.

В контексті неспинного зростання питомої ваги та ролі малого бізнесу в становленні та розвитку підприємництва в Україні слідом за світовими та загальноєвропейськими тенденціями, постає питання, чи може малий бізнес стати основою вітчизняної економіки? Або в наших умовах він може стати лише сполучною ланкою, яка забезпечила б безперебійну роботу великих промислових підприємств?

Для того, щоб відповісти на це ґрунтовне питання, спершу слід визначити ті галузі і сфери економіки, в яких підприємства малого бізнесу грають вирішальну роль.

По-перше, це сфера послуг, зокрема технічні послуги, включаючи ремонт і технічне обслуговування машин і устаткування; консультаційні послуги; побутове обслуговування населення. По-друге – торгово-закупівельні операції, а також посередницька діяльність.

Саме тому однією з вирішальних умов поглиблення економічних реформ, що проводяться в Україні, здатних вивести країну з кризи, є забезпечення ослаблення монополізму, ефективне функціонування виробництва і сфери послуг, розвиток малого підприємництва, тощо.

Сектор малого бізнесу формується в Україні ще з 1986-1988 рр., після ухвалення закону про кооперативи. Тоді це була ще квазіформа малого

приватного бізнесу, але вона започаткувала розвиток недержавного малого і середнього підприємництва.

Втрата адміністративного управління, економічний хаос і законодавча плутанина впродовж 1993-1994 рр. призвели до того, що законослухняні підприємці, організуючі бізнес у виробничій сфері, опинилися в надзвичайно скрутному становищі, несучи великі витрати, виплачуючи високі податки і піддаючись державному і недержавному тиску (рекету). Відсутність чіткого механізму реалізації державних заходів з підтримки малого бізнесу, утруднення в отриманні фінансової допомоги та кредитів, виробничих приміщень і матеріальних ресурсів поставили малі підприємства в нерівне положення з великими. Це призвело до припинення їх зростання і до орієнтації переважно на торгово-закупівельну, посередницьку діяльність та різноманітні послуги.

Серед видів діяльності малих підприємств на кінець ХХ – початок ХХІ ст. переважають роздрібна торгівля (35%), промисловість (15%), будівництво (16%). Тенденції у галузевому розподілі малих підприємств і кооперативів такі, що скорочується частка підприємств, що займаються виробництвом, а росте частка і, відповідно значення для нашої економіки, підприємств, що займаються торгівлею, посередницькими послугами, фінансових і страхових компаній, зокрема бірж і брокерів. Крім того, існує велика кількість підприємств, зареєстрованих як виробничі або поліцільові (випуск товарів народного споживання, надання різних послуг), але займаються торгово-посередницькою діяльністю як основною [82, с. 11-12].

Досягнутий в Україні до 1997 р. рівень розвитку недержавного приватного підприємництва був однозначно недостатній з наступних міркувань:

- він складав 10-15%, тоді як в розвинених державах – від 50 до 80% – за обсягом діяльності (виробництво товарів і послуг);
- малий бізнес України (*був і є*) настільки малий, що не може ні задовольнити суспільні потреби, ні грати роль повноцінного ринкового чинника, тобто впливати на досягнення ринкового балансу і скласти

конкуренцію крупним монопольним державним підприємствам (за кількістю малих підприємств на 10 тис. населення, у 1997 р. Україна у декілька разів відставала від країн Балтії і Росії, в 10 разів – від Румунії і Словенії, в 50 разів – від Польщі, Угорщини, Чехії);

– частка тих, що працювали в малому бізнесі України, – близько 8% від чисельності всіх працюючих, тоді як в країнах з ринковою економікою – не менше 50%;

– внесок малого бізнесу України у ВВП складає 10-15% порівняно з 60-80% у розвинених країнах.

Загалом, за результатами 1997 року можна було зробити однозначний висновок, що малий бізнес не досяг порогу «критичної маси», при якому починає діяти ефект саморегуляції і самовідтворення [162, с. 354, 360].

Ситуація початку XXI століття принесла певні позитивні зміни.

Так, за даними Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва [71, с. 54], проведений аналіз статистичних показників за підсумками 2006 року підтвердив припущення про значний потенціал малого та середнього бізнесу для розвитку економіки та соціальної сфери, зокрема:

– з року в рік збільшується кількість суб'єктів *як малого* (включаючи малі підприємства, фізичних осіб-підприємців, фермерські (селянські) господарства), так і *середнього підприємництва* в Україні, причому варто додати, що така тенденція спостерігається по всіх регіонах країни;

– показник кількості *суб'єктів малого підприємництва* у розрахунку на 10 тис. наявного населення збільшився до 496 одиниць та досяг європейського рівня;

– помітно зростає *середньомісячна заробітна плата одного найманого працівника на середніх і малих підприємствах* та є найбільшою на малих, підприємствах водного (1065,52 грн.) і залізничного (862,77 грн.) транспорту та у фінансовій діяльності (945,92 грн.);

– *обсяг продукції* (робіт, послуг), реалізованої суб'єктами малого та

середнього підприємництва, зріс на 33% в порівнянні з 2004 роком і становив 1515,9 млрд. грн. або 57% до загального обсягу по економіці;

– відбулося відновлення *фінансового результату* (сальдо) від звичайної діяльності до оподаткування малих підприємств, який на відміну від попередніх років, став позитивним, і у 2006 році дорівнював 249,5 млн. грн. прибутку.

Є й інші позитивні зрушення в сфері розвитку малого підприємництва в Україні. Зокрема, важливі кроки зроблені в напрямку усунення надмірного та неефективного регулювання господарської діяльності шляхом проведення швидкого перегулювання у пріоритетних сферах економіки [71].

У 2005 році відбувся перший етап регуляторної реформи, у ході якого було проведено повний прискорений перегляд регуляторних актів. Головним наслідком стало істотне скорочення (на 52,8%) нормативно-правової бази регулювання господарської діяльності.

На сьогодні зусиллями Держкомпідприємництва вдалося досягти наступних позитивних змін:

– достатньо високого рівня прозорості прийняття управлінських рішень (стосовно 95,3% проектів регуляторних актів розробниками застосовується процедура оприлюднення проектів);

– покращення якісного рівня виконуваності вимоги щодо обов'язковості здійснення аналізу регуляторного впливу до кожного проекту регуляторного акта (96,4% проектів супроводжуються дослідженням наслідків прийняття відповідного регуляторного акта).

З набранням чинності в січні 2006 року Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» почалась робота з реформування дозвільної системи, яка вже сьогодні результувалась у:

– скороченні часових (у 2,4 рази) і грошових (у 2 рази) витрат підприємців на проходження дозвільних процедур;

– зниженні рівня корупції;

– запровадженні принципу організаційної єдності, що передбачає створення в регіонах організаційних центрів [71, с. 7].

Окрім того, розвиток системи державного регулювання сфери підприємництва виразився в прийнятті Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності», який набрав чинності 26 грудня 2007 року та концептуально змінив організацію державного контролю за господарською діяльністю в Україні оскільки передбачає створення єдиного правового поля, яким керуватимуться контролюючі органи та посадові особи. Положеннями Закону встановлюються загальні вимоги до здійснення державного нагляду (контролю) за діяльністю суб'єктів підприємництва та регулюється порядок проведення планових і позапланових заходів.

Таким чином, можна зробити висновок, що економічні та політико-законодавчі реформи кінця ХХ – початку ХХІ ст. відкрили можливість легально займатися приватним бізнесом, отримувати прибуток і розпоряджатися ним на свій розсуд. Прихід в малий бізнес наприкінці ХХ ст. став масовим, і підприємці зіткнулися з серйозними проблемами, які характерні для всіх країн світу, але в українському варіанті придбали гіпертрофований характер.

Перелік цих труднощів загальновідомий: у пресі, в колах фахівців, що вивчають малий бізнес, у середовищі підприємців фігурує список приблизно з двох десятків причин, що перешкоджають розвитку бізнесу, у тому числі малого, в Україні або що значно ускладнюють його.

Серед означених причин варто зауважити такі, як недосконалість законодавства і його мінливість; надмірні податки; недостатність джерел фінансування; нерівні можливості та конкуренція з номенклатурним великим бізнесом; всеосяжна корупція і рекет; відсутність підтримки, а таким чином, і перешкоди з боку держави (та її виконавчих органів); нерозвиненість інфраструктури (зокрема, банківської і комунікаційної систем забезпечення); професійна невідповідність самих підприємців тощо. До цього можна додати також економічну депресію, інфляцію і відсутність до недавнього часу твердої національної грошової одиниці, що впливає не тільки на підприємництво але і

на інших господарських суб'єктів, будучи неминучою ознакою економіки перехідного періоду.

Із загальних проблем, з якими стикаються бізнесмени та підприємці всіх регіонів України у власній повсякденній господарській діяльності в якості особливо гальмівних для розвитку підприємництва виділимо наступні.

Перш за все це труднощі з реєстрацією відкриття власної справи, які займають в списках проблем не останнє місце. Чимало потенційних підприємців вже мають у своєму розпорядженні необхідну інформацію про процедуру реєстрації, і також можуть отримати в органах реєстрації або в спеціалізованих консалтингових фірмах консультації, зразки документів і необхідні поради, або замовити подібну послугу тощо. Проте, процедура реєстрації підприємців, що діє в Україні сьогодні, за витратами часу та грошових коштів, нервових зусиль і так далі, все ще залишається громіздкою і зайве ускладненою, особливо порівняно з тією, що функціонує в розвинених країнах.

Іншою проблемою підприємця є дефіцит фінансів. Власних капіталів більшість підприємців-початківців не має, банківський кредит дається на короткий термін і з високою кредитною ставкою, а інших масово доступних джерел фінансової підтримки малого бізнесу в Україні не існує. Окрім того, з огляду на світову фінансову кризу осені 2008 року та банківську кризу в Україні, отримання кредиту на започаткування та розвиток бізнесу практично унеможливилось.

Приватні благодійні фонди підтримки підприємницьких ініціатив практично відсутні, союзи і асоціації підприємців не мають в своєму розпорядженні засобів для кредитування малого бізнесу. Відомо лише 4 потенційно доступних джерела отримання зворотної фінансової допомоги на розвиток бізнесу:

- Український Фонд підтримки підприємництва;
- Державний інноваційний фонд,

- кошти виділені місцевими органами влади для організації свого бізнесу безробітним;
- засоби місцевих органів влади, що формуються з відрахувань від вартості приватизованих об'єктів.

Обидва центральні фонди дислокуються у Києві, але мають регіональні відділення в обласних містах (фонд підтримки підприємництва – в 9 регіональних центрах, а інноваційний фонд – у 19). Український Фонд підтримки підприємництва щорічно отримує з державного бюджету встановлену суму для кредитування дрібних приватних підприємців. Кошти Державного інноваційного фонду формуються з фіксованого відсотка відрахувань, вироблюваних всіма підприємствами від об'єму реалізації продукції (робіт, послуг).

Ці фонди виділяють кредити підприємцям як для початку своєї справи, так і на поточний розвиток, на конкурсних засадах, шляхом оцінки бізнес-планів. Проте поступають такі засоби до фондів у недостатньому обсязі і нерегулярно. Окрім того, варто додати, що Інноваційний фонд подає кредитну підтримку тільки виробничим проектам, що реалізують нові технології, але його можливості також невеликі щодо потреб малих підприємств.

У 1993 р. почало діяти положення про виділення позик безробітним для того, щоб вони могли почати свою справу, але, по-перше, сума, що виділяється, недостатня для означеної мети, а по-друге, отримати її вельми важко через складну процедуру оформлення.

Останнє з чотирьох названих джерел кредитування – коштів органів місцевого самоврядування, створені за рахунок відрахувань від вартості об'єктів, що приватизуються. Даний ресурс також практично не діє, оскільки не відпрацьований механізм виділення коштів підприємцям.

Що стосується отримання кредитів в комерційних банках, то як їх клієнти часто можуть виступати лише підприємства-юридичні особи, але не дрібні, і тим більше не фізичні особи-підприємці, тому що в останніх, як правило, немає

ані великого статутного капіталу, ні дорогих основних фондів і майна, ні значного особистого майна, які можуть служити заставою під кредити.

В останні роки розширюються масштаби діяльності в Україні закордонних і міжнародних фінансових фондів і програм, але вони охоплюють локальні зони і тому не здійснюють істотного впливу в рамках підтримки малих підприємств.

Далі в порядку убування труднощів назвемо проблеми доступу до приміщень і устаткування (55% опитаних), дефіцит інформації (50%) і недолік кваліфікованого персоналу (46%). Цей набір проблем типовий для організації підприємницької діяльності на всій території України [123].

Проблема приміщень для малого бізнесу знаходиться в одному ряду з проблемою фінансування, і є надзвичайно актуальною. Рівень її складності варіюється в залежності від ситуації на місцях. Так, ситуація в Києві відрізняється парадоксальністю: з одного боку, тут вище, ніж в інших містах, рівень пропозиції кредитів і приміщень, а з іншого – набагато вище і ціновий фактор (розмір прямих і непрямих виплат).

Перше зрозуміло само собою (чинник концентрації діяльності в столиці), а друге пояснюється тим, що рівень цін на ринку кредитів і приміщень визначається попитом не всієї маси потенційних клієнтів, а верхівки самих платоспроможних з них. У попиті на приміщення ціна встановлюється з розрахунку на таких клієнтів, як посольства, іноземні торгові палати і представництва, спільні з іноземними партнерами підприємства, магазини і філіали транснаціональних фірм, представництва зарубіжних і міжнародних фондів і програм, банки, холдингові, інвестиційні, страхові компанії, рекламні і туристичні агентства тощо.

Діючі підприємці відзначають також проблеми з реалізацією продукції і з доступом до сировини й матеріалів. Останнє положення не вимагає пояснення, оскільки в Україні ще не створений механізм вільної ринкової реалізації сировини і як і раніше здійснюється його розподіл між державними підприємствами, частка яких по галузях коливається від 60 до 90%. Крупні

біржі з дрібним бізнесом не працюють, а дрібнооптова торгівля вирішує питання постачання підприємців через неформальні канали. Частково цим пояснюється такий феномен нинішньої України, як розрахунки між недержавними підприємствами переважно у вигляді готівки.

Проблема реалізації продукції має два аспекти – внутрішній і зовнішній. Реалізувати продукцію на внутрішньому ринку України важко не тому, що вона не потрібна: попит є, але у споживачів немає грошей для розрахунків. У багатоланковому ланцюжку підприємств, що поставляють один одному продукцію, ні у кого немає грошей для оплати. Ця ситуація триває вже не один рік і відома як «криза взаємних платежів».

Підприємці позначають ще дві проблеми, які, на їх думку, мають суто місцеве походження, але, як показали обстеження по областях, достатньо типові для України. Це відносини з податковою адміністрацією (63% відповідей) і з банками (54%). Йдеться про непорозуміння між клієнтами, з одного боку, і банками і податковою адміністрацією – з іншою. Бізнесмени відзначають некомпетентність службовців податкової адміністрації і банків, що породжує необґрунтовані претензії, а також цілком невірне розуміння службовцями того, яким повинен бути характер взаємин з клієнтами, із-за чого до клієнта відносяться як до дратівливої перешкоди або ж з готовим упередженням як до суб'єкта з наперед передбачуваною презумпцією винності [122, с. 133-134].

Багато підприємців серед проблем, що ускладнюють розвиток справи, виділяють недостатню власну підготовленість до бізнесу. Це і зрозуміло: адже сфера підготовки до підприємництва знаходиться в Україні в зародковому стані. Бізнесмени скаржаться на труднощі отримання інформації (довідок, консультацій), відсутність літератури з бізнесу стосовно наших реальних умов, тощо.

Важливим чинником розвитку малого бізнесу є участь державних органів у створенні сприятливих умов для нього. У даному напрямі держава зробила наступні кроки. Наприкінці 1991 р. був сформований Державний комітет із

сприяння малим підприємствам і підприємництву (скасований в 1994 р.). Тоді ж створився Національний фонд підтримки підприємництва і розвитку конкуренції. У 1993 р. був заснований Державний інноваційний фонд і приймається довгострокова програма державної підтримки підприємництва.

Але окрім перерахування кроків держави в підтримку підприємництва, сьогодні надзвичайно важливим постає питання: яка ефективність заходів для розвитку малого бізнесу? Відповідь є невтішною: нульова або значно мала, – так виходить з опитів підприємців і оцінок експертів. У складі місцевих органів влади (обласних, міських, районів міста) є департаменти, покликані здійснювати державну політику підтримки підприємництва, але внаслідок нечисленності персоналу (1-4 чол.), відсутності повноважень і відповідного фінансування, означені установи займаються тільки підготовкою довідок і допомагають підприємцям-початківцям, у процедурі реєстрації.

В цілому ж відношення місцевої влади до приватного підприємництва все ще залишається або індиферентним, або приховано негативним. Реальна допомога малому бізнесу на місцях – явище настільки рідкісне, що про початок позитивних змін в стереотипах поведінки маси чиновників говорити не доводиться. Спеціальних консультаційних пунктів, які могли б внести вагомий внесок до справи підтримки підприємців, при місцевих органах державної влади поки немає.

Програма державної підтримки підприємництва за останні роки, за оцінкою підприємців, не вийшла за межі паперу, на якому вона зафіксована. Для багатомільйонної країни досить малі грошові кошти, виділені на реалізацію програми – 250 млрд. крб. на 1993 р., або 0,02% ВВП. Але основна причина бездіяльності програми, на нашу думку, полягає у відсутності механізму її реалізації, людей і структур, що її виконують [182, с. 4-5].

В країнах з розвинутою ринковою економікою велика увага приділяється сфері бізнес-послуг. У інфраструктуру бізнесу прийнято включати сервісні служби для підприємців (довідково-інформаційні, консалтингові, навчальні фірми), асоціації і союзи, що допомагають малому бізнесу. У Україні до

теперішнього часу не створена мережа довідково-інформаційних і консалтингових служб для малих підприємств, хоча процес розвивається наростаючими темпами.

До початку трансформації Україна не мала самостійних сервісних служб. Всі знов створені або перетворені організації, що намагаються працювати в нинішніх умовах, надають платні послуги, а тому потенційно доступні малому числу бізнесменів і в принципі орієнтовані на солідних клієнтів в особі комерційних структур (банки, біржі, інвестиційні і холдингові компанії, торгові фірми, рекламні агентства, спільні підприємства з іноземним капіталом, філіали зарубіжних фірм і т. п.).

Особливо варто згадати таку комплексну форму допомоги малому бізнесу, як центри розвитку бізнесу. У розвиненому вигляді вони надають консультаційні послуги, ведуть підготовку до бізнесу. Розвиток мережі таких центрів дозволив би значно підвищити рівень бізнес-послуг і підготовки підприємців. Прикладом ефективної допомоги такого роду може служити робота Агентства з розвитку підприємництва у рамках програми TACIS (Київ, 1995 р.), яке надає консультаційні послуги початківцем і проводить навчання основам бізнесу.

Також варто зауважити, що при загальній несприятливій обстановці для малого бізнесу по Україні, рівень розвитку даного сектора економіки ще й значно варіюється по областях, що наведено у таблиці 3.1.

Варто пам'ятати, що статистичні дані таблиці не демонструють реальну величину різниці у показниках розвитку малого бізнесу між областями України. Цей факт дозволяє зробити висновок про те, що за умов однакових законів, правил оподаткування і інших базових чинників, що діють на всій території країни, різниця у рівні розвитку малого бізнесу в окремих областях може досягати двох-, триразової амплітуди. І цю різницю слід віднести на рахунок дії інших чинників – доповнюючих і внутрішніх.

Таблиця 3.1

Показники розвитку малого бізнесу по областях України

| Показник | Київська обл. | Україна | Максимум | Мінімум |
|--|-------------------------------|----------------|---------------------------|-----------------------------|
| Населення (млн. чол.) | 4.5 | 50.6 | 5,3 – | 0,9 – Чернівецька обл. |
| Кількість діючих МП і кооперативів | 11221 | 84940 | 11170 – Донецька обл. | 1013 – Чернівецька обл. |
| Розподіл числа МП і кооперативів (тис. чол.) | 159,3 | 1231 | 156,5 – Донецька обл. | 12.1 – Чернігівська обл. |
| Доля працездатного населення, зайнятого в МП і кооперативах(тис. чол.) | 6.6 – Київ, 4,8 – область | 4,3 | 6,9 – Харківська обл. | 1,8 – Чернігівська обл. |
| Кількість МП і кооперативів на 10 тис. чол.. | 32,9 – Київ 12,7 – область | 16,4 | 26,4 – Харківська обл. | 7,0 – Вінницька обл. |
| Доля в сумарній виручці МП України (%) | 11,8 – Київ, 5,5 – область | 100 | 13,3 – Донецька обл. | 0,7 – Закарпатська обл. |
| Середня виручка на 1 МП (млн.крб. 1996 р.) | 252 – Київ, 423 – область | 216 | 344 – Запорізька обл. | 95 – Закарпатська обл. |

Друга, не менш вражаюча відмінність проявляється при порівнянні рівня розвитку підприємництва в обласних центрах та інших населених пунктах областей. Ця відмінність є ще контрастнішою, ніж перша, особливо в областях-аутсайдерах. У більшості районних і дрібних населених пунктів бізнесмен, який починає і діє, позбавлений якого-небудь сервісу: тобто немає ані довідково-інформаційних, ані юридичних, ані аудиторських, ані консалтингових, ані навчально-консультаційних служб. Через слабку комунікаційну оснащеність (телефон-факс, електронна пошта, комп'ютерні мережі) і транспортні перешкоди периферійні підприємці знаходяться в інформаційному вакуумі [1, с. 12, 21].

З означених причин, зусилля зі створення середовища для розвитку малого бізнесу в Україні бажано спрямовувати диференційовано, з пріоритетами для менш забезпечених міст та регіонів. Ті міста і регіони, де вже сформовано підприємницьке середовище, мають у власному розпорядженні потенціал (критичну масу) для саморозвитку. Якщо надалі активніше допомагати саме таким містам і регіонам, то ще більше збільшиться розрив між лідерами і аутсайдерами.

Можлива і альтернативна державна стратегія розвитку підприємництва, коли підтримують вже розвинені регіони, а через них розширюється зона обсягу.

Фахівці з проблем перехідної економіки виділяють чотири фази становлення сектору малого і середнього бізнесу:

- зародження;
- бурхливе зростання;
- насичення;
- саморегуляція з відповідними структурними перетвореннями.

Такі країни, як Польща, Чехія, Угорщина вже досягли четвертої фази; Словаччина, Словенія, країни Балтії наближаються до третьої; Румунія, Болгарія, Албанія, Росія знаходяться на різних ділянках другої фази.

За усередненими оцінками, перша фаза займає 1 рік, друга – 2-3 роки, третя – менше року. Звідси витікає, що якби процеси перетворень в Україні розвивалися оптимальними шляхами, то вже наприкінці 1995 р. сектор малого бізнесу повинен був досягти 3-ої фази насичення. У цій фазі, відповідно до масштабів України, чисельності населення, кількості зайнятих у суспільному господарстві, повинно бути приблизно 2.5 млн. малих підприємств, у діяльності яких було б зайнято 10 млн. чоловік. Зараз існує 700 000 господарюючих суб'єктів, яких можна зарахувати у сектор малого бізнесу; зайнято ж в цьому секторі 2 млн. чоловік. Наочно дане становище продемонстровано на рис. 3.1.

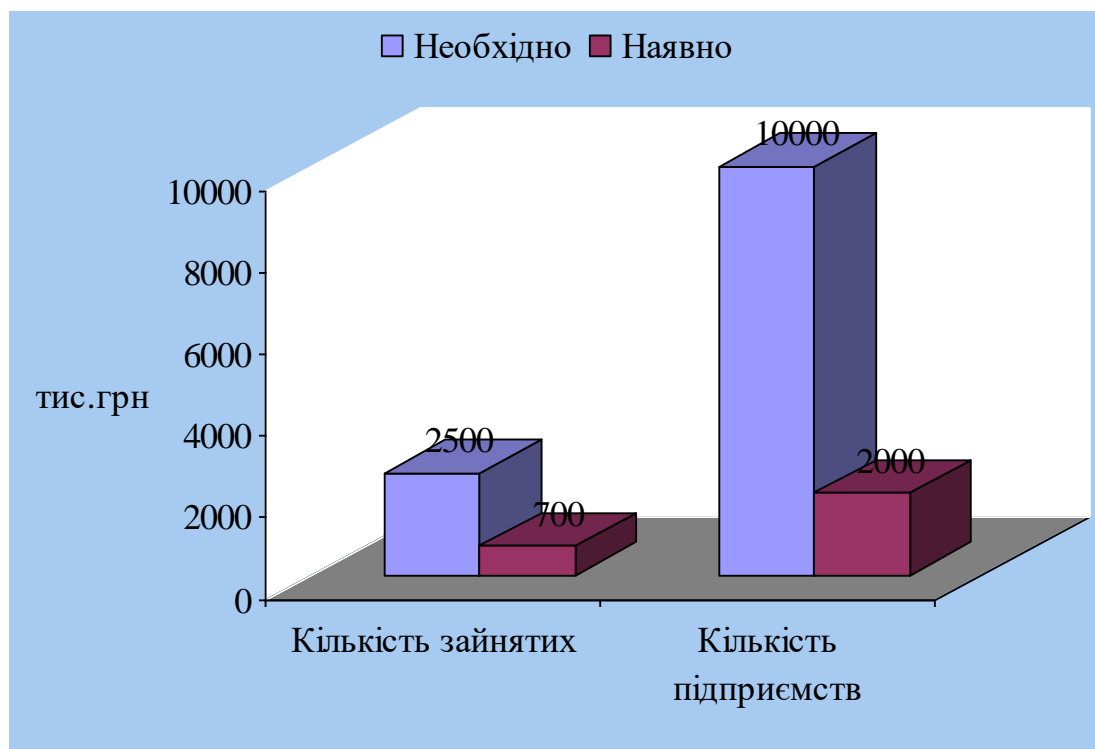


Рис. 3.1. Співвідношення необхідних і фактично наявних показників розвитку малого підприємництва в Україні

Таким чином, і за числом малих підприємств, і за чисельністю зайнятих в них Україна в 4-5 разів відстає від орієнтирів фази насичення. Слід підкреслити масштабність завдання, що стоїть перед Україною: у малий бізнес повинні впродовж найближчих років прийти, щонайменше 6-7 млн. чоловік, а загальне число власників-підприємців досягти 2-3 млн. [182, с. 2-5].

Проте, головна причина скорочення числа малих підприємств – низький рівень фінансової забезпеченості більшості малих підприємств унаслідок труднощів з первинним накопиченням капіталу, неможливість отримання кредитів на прийнятних умовах, неефективність податкової системи. Негативна дія на розвиток малого бізнесу у сфері матеріального виробництва надають нерозвиненість виробничої інфраструктури, брак спеціалізованого устаткування, слабкість інформаційної бази, тощо.

Ще один важливий чинник негативної дії на малий бізнес в Україні – безперервний глибокий спад виробництва.

Все це призводить до того, що тільки частина зареєстрованих підприємств малого бізнесу виявляється в змозі приступити до реального виробництва продукції.

Досить гострою сьогодні для України є проблема формування фінансової бази становлення і розвитку малого підприємництва. Для цього йому повинні бути надані певні пільги. Це можуть бути пільги з оподаткування. Але податкова політика, що проводиться в нашій країні, не тільки не ефективна, але економічно небезпечна. Вона йде врозріз зі встановленою в світі практикою і сучасними світовими тенденціями розвитку економіки.

Порівнюючи дані розвитку вітчизняного малого підприємництва з показниками інших країн, слід вказати, що Україна значно відстає навіть від країн Східної і Центральної Європи. Для порівняння: у Польщі на тисячу жителів доводиться 51,3 МП (малих підприємств). у Чехії – 12,4. в Україні – лише 2,6. У державах ринкового господарства більше половини ВВП створюють малі підприємства. В Україні поки що малий бізнес не відіграє істотної ролі в забезпеченні економічного зростання, його внесок у ВВП представляє лише 9.0 – 9.5% [51, с. 6].

Це відбувається завдяки тому, що в своїй діяльності вітчизняне підприємництво натрапляє на різноманітні перешкоди, які можна поділити на *макро- і мікроекономічні*.

До першої групи відносяться такі:

– податкова політика, відсутність належного законодавчо-нормативного забезпечення. Сьогодні податкова система країни впливає на розвиток бізнесу вкрай негативно. Підприємницька діяльність не може повноцінно розвиватися через відсутність або недосконалість відповідних законів, що її регулюють;

– адміністративні бар'єри. Велика кількість законів, нормативних актів, інструкцій є непрозорими та непослідовними, заплутує підприємців; крім того, підприємства піддаються частим і безпідставним перевіркам з боку різноманітних державних органів;

– обмеженість внутрішнього попиту і наявність кризи збуту на

внутрішньому ринку. Малий бізнес постійно втрачає головних споживачів своєї продукції внаслідок погіршення рівня забезпеченості населення, зменшення доходів громадян;

– недостатня державна підтримка. На сьогодні в Україні ще не склалася ефективна система державної підтримки і захисту малого підприємництва. Механізм фінансування і кредитування, інформаційне і консультативного забезпечення, система підготовки і перепідготовки кадрів для підприємницької діяльності нездійснені і приносять дуже мало користі;

– низька інвестиційна активність внаслідок нестабільності економіки;

– нерозвиненість інфраструктури. Роль об'єктів інфраструктури в розвитку малого бізнесу дуже незначна. Між різними організаціями підтримки МП і підприємствами ще не налагоджена ефективна співпраця і обмін інформацією;

– тіньова економіка. Часто малі підприємства є вимушеними учасниками тіньової економіки, яких туди «заганяє» податковий тиск, державна бюрократія, і тому подібне;

– неефективна приватизація. Процес малої приватизації, що мав місце в нашій країні, був підлеглий багатьом обмеженням. В результаті, при нефункціонуючому вторинному ринку приватизаційних об'єктів багато підприємств знаходяться в руках тих, хто не в змозі ними управляти, але не може їх продати;

– нерозвиненість ринку нерухомості. Малим підприємствам катастрофічно не вистачає офісних приміщень. Орендна плата дуже висока, правила оренди заплутані; у багатьох випадках об'єкт не дозволяють приватизувати разом з приміщенням.

Серед мікроекономічних чинників, які понад усе впливають на розвиток малого підприємництва, можна виділити такі:

– спосіб і час виникнення;

– форма власності;

– фінансові можливості підприємства;

- асортимент продукції, її якість і попит на неї;
- обрана стратегія діяльності підприємства, його організаційна структура;
- кадрова політика;
- можливість доступу до комерційної інформації;
- ступінь дотримання клієнтами умов контрактів і платіжної дисципліни [89, с. 477].

Таким чином, умови і чинники розвитку підприємницької діяльності як за змістом, так і по набору позитивних і негативних рис, є дуже суперечливими, та справляють визначальний вплив на тенденції розвитку ринкової економіки в Україні. Очевидно, що в подібних умовах підприємництво та ринкова інфраструктура працювати ефективно не можуть. Якщо не вжити відповідних реформ, підприємництва (так само як і ринкова інфраструктура) або зникнуть, або повністю перейдуть у тіньову економіку, перетворивши державу в осередок корупції.

Окрім означених економічних та соціально-політичних умов та специфічних рис формування, становлення та розвитку підприємництва в світі та Україні, варто також зауважити на соціокультурні особливості, які є не менш значущими важелями динаміки бізнесу.

Перш за все варто означити таку сутнісну рису, яка виключно вирізняє українське підприємництво від європейського, як етична орієнтації бізнесу. Вітчизняні і закордонні вчені вважають, що українські бізнесмени позбавлені почуття соціальної відповідальності.

Ця обставина говорить, перш за все, про загальні закономірності, що діють у світі бізнесу в період нагромадження капіталу незалежно від рівня розвитку суспільства, у надрах якого відбувається перехід до ринкових відносин. Поки ще далекі від нашої реальності такі риси підприємців, як надійність, чесність, доброзичливість та ін.

Це викривляє позитивну сутність ринкової економіки і формує у свідомості людей загальне негативне відношення до підприємництва та бізнесу.

У зв'язку з цим важливо виробити критерії цивілізованого підприємця, що служили б орієнтирами і реалізовувалися б у практичній діяльності бізнесменів. Дослідники [42, с. 22-23] виділяють кілька критеріїв, згідно яким цивілізованим може вважатися підприємець, який:

1) створює робочі місця для інших. З цього погляду не можна вважати цивілізованим будь-якого комерсанта, що робить човникові рейси за низькоякісними товарами широкого вжитку;

2) ставить заробітну плату своїх працівників у залежність від успіху фірми. Це сприяє поліпшенню мотивації діяльності, є гарним стимулом для відповідальної, сумлінної праці, підвищення якості своєї роботи;

3) при зіткненнях із труднощами розділяє тяготи фірми разом із усіма, не вирішує проблеми за рахунок працівників;

4) працює на насичення ринку товарами за доступними цінами. У нашій країні поки мало хто займається налагодженням свого виробництва, зменшенням витрат і продажем продукції за більш низькими цінами;

5) вкладає гроші у виробництво, у власні матеріальні цінності, у розвиток соціальної сфери.

Відповідно, маємо зробити висновок, що за соціокультурним показником відповідального ставлення до бізнесу українське підприємництво також відстає від необхідного рівня, що є звичний для європейської спільноти.

Розглядаючи соціокультурне середовище як чинник розвитку підприємництва маємо зупинитись на такому питанні як господарський менталітет, економічна свідомість, економічне виховання тощо.

У питанні про те, чи сприяє український господарський менталітет розвитку підприємництва на вітчизняних теренах, серед науковців немає єдності. Одні автори стверджують, що українцям властива заповзятливість – і властивий українській ментальності індивідуалізм в цьому плані постає сприятливим фактором розвитку підприємництва [див.. напр.: 16; 49; 88; 104]. Інші стоять на протилежних позиціях, називаючи індивідуалізм перешкодою розгортання українського підприємництва. Зокрема, на цій позиції стоїть

Т. Глушко, яка зазначає, що серед найменш сприятливих для ефективного соціально-економічного розвитку суспільства постає індивідуалізм, що постає джерелом фамілістичності суспільства і, відповідно, низького рівня соціальної довіри, а тому потребує зміни суспільних пріоритетів і формування соціально-інтегруючих чинників.

Такий аналіз свідчить, на думку Т. Глушко, і про брак духовного капіталу в українському суспільстві, що потребує створення відповідних умов для його формування та відновлення. У свою чергу, архетип «софійності світу», що є підґрунтям онтологічного оптимізму, стає основою пасивно-приспосовницького ставлення до світу та інертності у соціально-економічному житті, що жодним чином не сприяє розвитку підприємництва, конкуренції та адекватного сприйняття позитивної сутності ринкової економіки.

Разом з тим емоційно-естетична домінанта української економічної ментальності є джерелом емоційно-міфологічного світосприйняття і, відповідно, міфологізації економічної свідомості, що стає джерелом панування у суспільстві репродуктивно-імітуючого (традиційного економічного знання), а не творчого економічного поступу (креативного економічного мислення). Результатом подібного детермінізму стає домінування суб'єкта економічного пізнання над суб'єктом економічного відкриття. У таких умовах створюється ситуація коли у соціумі функціонує традиційне економічне знання, але майже відсутнє креативне економічне мислення.

Саме тому постає потреба чіткого визначення конструктивних вимірів використання в Україні економічної ідеології неолібералізму та формування умов для адекватного самопізнання нацією її власної соціально-економічної ідентичності та креативного (а не сугестивного) ставлення до соціально-економічного розвитку [30].

Отже, варто узагальнити, що на ментальному рівні перешкодою розвитку підприємництва в Україні є специфічні риси української ділової культури, серед яких:

- слабкість почуття соціальної відповідальності;

- орієнтація на швидку вигоду з ігноруванням стратегічних переваг;
- переважання одноосібного прийняття рішень і директивного стилю управління, недостатній розвиток демократичної культури населення;
- схильність підприємців до маніпулювання партнерами і приховання своїх інтересів;
- схильність до розв'язання ділових проблем на рівні міжособистісного спілкування, при якому головними критеріями стають симпатії й антипатії, родинна, кланова належність, земляцтво тощо;
- звичка швидко обирати більш-менш прийнятну альтернативу, не використавши відведений час на вивчення шляху максимального використання потенціалу співробітництва;
- управлінська некомпетентність, яка виражається в: а) припустимості залишення частини рішень без реалізації; б) необов'язковості; в) домінуванні вертикальних зв'язків над горизонтальними; г) службовому блефі – приховування резервів, наявних ресурсів і порожніх обіцянок [19].

Таким чином, в результаті аналізу чинників, що гальмують розвиток українського підприємництва до рівня, цілком звичного для Європи, та, відповідно, спричиняють перешкоди розвитку української ринкової економіки, на рівні з виділеними вище економічними та соціально-політичними факторами, маємо ще й не менш вагому соціокультурні причини, що виражаються загалом у відсутності відповідної підприємницької культури українця, яка, швидше за все, обумовлена рисами національної ментальності. Так, варто пам'ятати, що «об'єднана Європа характеризується не тільки спільною економікою, але й подібною економічною ментальністю: дисциплінованим служінням інтересам фірми і споживача, протистоянням егоїзму політики максималізації прибутку і зростаючим гуманізмом виробничих відносин [39, с. 13]», що на сьогодні є недосяжним для сфери вітчизняного бізнесу.

Але варто зазначити, що не тільки підприємницька культура відіграє гальмуючу роль в розвитку бізнесу. Такий чинник, як культура державного

службовця та чиновника, що є результатом впливу ментального «багажу» «радянського бюрократа», завдає не меншої шкоди розвитку ринкової економіки та, багато в чому, зумовлює вищенаведений соціокультурний феномен.

Таким чином, узагальнюючи найважливіші тенденції, що гальмують або взагалі унеможлиблюють відповідний європейським темпам розвиток підприємництва в Україні, зазначимо наступне:

- надлишкова ускладненість законодавства, що регулює сферу підприємництва;
- надмірна складність процедур реєстрації, організації та реорганізації підприємств;
- завищені ставки податків, які не враховують платоспроможність сучасного дрібного підприємця;
- упереджене негативне ставлення чиновників та податківців до приватних підприємців, яке посилює негативні ефекти від ускладнених процедур реєстрації, перереєстрації, зміни умов оподаткування тощо, та виражається в необґрунтованому тиску посадових осіб на дрібних підприємців;
- мінливість законодавства;
- нестача коштів та, майже завжди пов'язана з нею, постійна проблема підприємця з приміщеннями для розташування підприємства;
- відсутність широкого доступу пересічного приватного підприємця до актуальної інформації з організації та ведення бізнесу;
- практична відсутність фінансової, правової та інформаційної підтримки держави;
- низький рівень компетенції підприємців в питаннях ведення бізнесу;
- низький рівень підприємницької культури та соціальної відповідальності бізнесу.

Це низка лише основних та загальних негативних умов, що гальмують розвиток даного сектору економіки. Безумовно, для бізнесу в кожній конкретній галузі народного господарства (той чи інший вид промисловості,

торгівлі, послуг тощо) для кожного конкретного підприємства виникає безліч специфічних причин, що гальмують його розвиток.

Умови розвитку малого підприємництва в Україні останнім часом такі, що більшу частину підприємницьких зусиль та часу бізнесмен витрачає на врегулювання взаємин з державними виконавчими органами, а не присвячує питанням підвищення ефективності власної справи.

Таким чином, підприємництво взагалі, та мале підприємництво як найважливіша для сучасної економіки галузь бізнесу – досить суперечливий сектор народного господарства. Кожний подібний суб'єкт підприємництва, узятий окремо, знаходиться в сильній залежності від багатьох зовнішніх чинників і умов: джерел фінансування, матеріально-технічного постачання, кон'юнктури ринку і інших чинників. Незначний збій в цьому механізмі може привести до банкрутства і ліквідації підприємства.

Дрібний підприємець легко вразливий. Але у той же час його втрати у разі невдачі не так вже великі, що дозволяє досвідченому бізнесменові досить швидко відновити свою справу.

Мале підприємництво відіграє велику роль в народному господарстві промислових розвинених країн, в становленні громадянського суспільства, зміцненні позицій середнього класу, розвитку промисловості та технологій тощо. В суспільно-політичному та економічному розвитку України підприємництво має відправляти таку ж саму функцію.

Задля підтримки малого підприємництва, як дієвого важеля суспільної динаміки, розвинені країни мають відповідні функціональні державні органи управління розвитком та підтримки підприємництва. На такого роду державні органи покладаються загальні стратегічні та координаційні функції. Вельми дієвим важелем регулювання діяльності малого бізнесу у промислово розвинених країнах є податкова політика, з допомогою якої нерідко вирішуються складні регіональні проблеми. Так у Франції новостворена мала фірма на 3 роки звільняється від сплати податку з корпорацій, а протягом ще 2-х років рівень процентної ставки є вдвічі нижчим за звичайний.

Варто зауважити, що не дивлячись на гостру необхідність розвитку малого підприємництва, означені вище важелі його підтримки, що характерні для розвинених країн Європи в Україні практично відсутні.

Отже, в умовах сучасної нестабільної економічної ситуації для досягнення рівня, відповідного європейським та світовим тенденціям та темпам розвитку підприємництва, вітчизняний малий бізнес потребує протекторату держави та ефективного механізму підтримки і стимулювання розвитку підприємництва в Україні.

3.2. Підприємництво Запорізького регіону як складова вітчизняного ділового світу

Для більш ретельного дослідження недоліків та переваг, основних проблем сучасного підприємництва в Україні, варто розглянути більш предметно стан даної сфери економіки на прикладі окремого регіону – Запорізької області.

Для оцінки місця підприємництва Запорізького регіону в загальному українському ринку можна скористатися результатами рейтингової оцінки регіонів за станом розвитку малого підприємництва та його підтримки на місцевому рівні, яку протягом кількох років проводить Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва [71, с. 81-91].

Для досягнення цієї мети робиться багатофакторне порівняння за трьома групами ознак:

I група – статистичні показники;

II група – критерії оцінки діяльності місцевих органів влади та самоврядування, спрямованої на оцінку малого бізнесу;

III група – показники стану розвитку інфраструктури підприємництва та громадської підтримки.

Результати стосовно підприємництва в Запорізькій області наступні.

Запорізька область потрапила в групу лідерів як у загальному підрахунку (разом із м. Київ, Одеською, Харківською, Дніпропетровською, Миколаївською, Кіровоградською областями) – тут область «посіла» третє місце, так і по першій та другій групам показників (по стану розвитку малого підприємництва і по оцінці діяльності місцевих органів влади та самоврядування).

Це високий показник, тим більше, що частка показників першої і другої групи (за якими область увійшла до числа лідерів) складає 90 % у загальному розрахунку.

Очевидно, що результати даного рейтингу відображають загальну закономірність економічного розвитку регіонів країни, економічний потенціал якої характеризується значними диспропорціями. Адже в 6 регіонах (Донецькій, Дніпропетровській, Запорізькій, Харківській, Луганській областях і столиці) зосереджена майже половина основних засобів виробництва держави, хоча доля цих регіонів за кількістю населення країни становить 38%, а за розмірами території – 24%.

За статистичними даними можна зазначити такі основні позитивні риси сучасного розвитку підприємництва у Запорізькій області:

- Запорізька область має найбільшу кількість малих підприємств, що реалізовували продукцію і надавали послуги у відношенні до загальної кількості малих підприємств регіону;

- є певні визначні успіхи у стані інфраструктури підтримки малого підприємництва – у Запорізькій області кількість навчальних закладів, де запроваджено навчання основам та практиці підприємництва, у відношенні до загальної кількості навчальних закладів регіону найбільша в Україні;

- частка підприємців-юридичних осіб станом на 01.01.2008 р. у Запорізькій області по відношенню до всієї України склала 4% (попереду м. Київ, Дніпропетровська, Донецька, Одеська, Харківська області, АР Крим; стільки ж – 4% – мають Київська, Луганська, Львівська області);

– частка підприємців-фізичних осіб станом на 01.01.2008 р. у Запорізькій області по відношенню до всієї України склала 4% (попереду – м. Київ, Дніпропетровська, Донецька, Одеська, Харківська, Луганська, Львівська області; стільки ж – 4% – мають Київська, Вінницька області, АР Крим);

– при цьому відбулось очевидне зростання абсолютної кількості підприємців-юридичних осіб у Запорізькій області з 92812 станом на 01.01.2005 р. до 121350 станом на 01.01.2008 р., а підприємців-фізичних осіб – з 33512 станом на 01.01.2005 р. до 36670 станом на 01.01.2008 р.;

– в області спостерігалось зростання кількості підприємців і з розрахунку на 10000 населення: фізичних осіб – з 604 станом на 01.01.2007 р. до 662 станом на 01.01.2008 р., юридичних осіб – з 188 станом на 01.01.2007 р. до 200 станом на 01.01.2008 р.

Разом із тим – на тлі відносної успішності підприємництва в Запорізькій області – є й статистичні дані, що свідчать про надмірний тиск державного обмеження.

Так, на 2006 рік фінансовий результат (сальдо) від звичайної діяльності до оподаткування в області склав – 82,4 млн. грн. Позитивне сальдо мали тільки Донецька (710,8 млн. грн.), Харківська (621,6), Дніпропетровська (96,1), Одеська (44,8), Кіровоградська (23,9) області, а також – це вже не з регіонів-донорів – Тернопільська (5,9), Черкаська (1,5), Рівненська (1,3) області. І на цьому фоні лише 6 фізичних осіб-підприємців, 2 малих підприємства, 12 середніх підприємств отримали відповідні відшкодування.

Окрім того, результати використання підприємствами регіону коштів за бюджетною програмою 8681040 «Часткове відшкодування відсоткових ставок за кредитами, що надаються суб'єктам малого та середнього бізнесу на реалізацію інвестиційних проектів» невтішні – станом на 01.01.2008 р. фактично витрачено 1050 тис. грн., невикористаних коштів немає. Невтішні – тому, що, наприклад, в Луганській області за цією програмою фактично

витрачено 4059 тис. грн., у Львівській – 3126 тис. грн., у Донецькій – 2130 тис. грн. на фоні невикористаних 870 тис. грн.

Нагадаймо, що ця Програма була одним із шляхів вирішення проблеми фінансово-кредитної підтримки підприємницької діяльності. Однією з причин цього стала недостатня інформаційна діяльність представництва Держкомпідприємництва в Запорізькій області – адже, як свідчить медіа-звіт за 9 місяців 2008 року на веб-сайті Комітету [107], інформаційно-пропагандистська робота з реалізації програми часткового відшкодування відсоткових ставок за кредитами, що надаються суб'єктам малого та середнього бізнесу на реалізацію інвестиційних проектів по області була зведена до 10 оголошень для різних цільових аудиторій.

У інших регіонах інформація була надана в різноманітних формах: на нарадах і круглих столах, на прес-конференціях, в обласних прес-клубах, під час святкування Дня підприємця, у статтях в газетах і офіційних листах від представництв Комітету, на навчальних семінарах, на форумах, у прямому ефірі на телебаченні і виступах на радіо, в постійних консультаціях суб'єктам підприємницької діяльності.

Відповідно, ми бачимо, що не дивлячись на зовнішню єдність державної політики та заходів з підтримки підприємництва для всіх регіонів України, на практиці реалізуються ці заходи зовсім з різною ефективністю та віддачею. Тому очевидно, що закріплені на державному рівні єдині для всіх регіонів економічні та соціально-політичні умови розвитку підприємництва, знаходять зовсім різні вияви в рамках місцевих реалій.

Окрім того, суттєві відмінності на тлі українського сьогодення отримує розвиток підприємництва на місцях внаслідок дії соціокультурного чинника.

Коли ми розмірковуємо над тим, чому в одних національних економіках підприємництво (в будь-якій його формі) більш поширене, в інших – менше, необхідно пригадати, що лежить в його соціально-історичному фундаменті. Як було нами показано в другому розділі, в основі підприємництва у будь-якій країні лежить так званий господарський менталітет – тобто особливості

психології етносу, які стосуються стереотипів і звичок його представників у господарській діяльності, що склалися і закріпилися на глибинному, ірраціональному рівні протягом століть.

Сучасні особливості українського господарського менталітету, що визначають динаміку розвитку підприємницької ініціативи, а саме: індивідуалізм, заповзятливість, підприємливість, бережливість, ініціативність, на теренах Південно-Східного регіону, до якого, власне, відноситься Запоріжжя, отримує специфічне звучання.

Якщо ми говоримо про Запорізький регіон, то слід визнати, що названі риси українського господарського менталітету перебувають під значним пригнічуючим тиском радянської ментальності.

Запоріжжя – місто, яке почало активно розбудовуватись у комуністичний період, і в його економіці так яскраво проявилися індустріалізація і колективізація. Дніпрогес, «Запоріжсталь», «Дніпроспецсталь», «Коксохім», Запорізький феросплавний завод та інші «гіганти» радянської промисловості приваблювали тисячі людей. Кілька десятиліть вони давали досить роботи мешканцям Запоріжжя, яка вигідно вирізнялась з-поміж інших професій і рівнем заробітної платні, і соціальним успіхом та повагою.

Із такою спадщиною, культивованою протягом десятиліть, досить важко швидко відчутти привабливість іншого – підприємницького – способу життя. Багато запоріжців і досі працюють на названих заводах, хоча в умовах фінансової кризи 2008-2009 року вони все активніше переходять на скорочений робочий тиждень, пристають на політику скорочення фонду додаткової заробітної плати. Рівень зайнятості населення таким чином зберігається, але рівень життя населення падає.

Продовжуючи розгляд стану розвитку малого підприємництва в конкретно-місцевому контексті, зазначимо, що в процесі аналізу специфіки українського підприємництва взагалі та підприємництва Запорізького регіону зокрема корисним може стати виділення двох різних площин підприємництва.

Перша – це індивідуальне господарство, яке реалізується поза межами суспільного виробництва; і саме тут підприємливість особистості виявляє себе найбезпосередніше. Адже одноосібна форма власності забезпечує максимум спонукальних мотивів для зацікавленості в успіху підприємництва: і матеріальний, і соціальний успіх у цьому випадку достається лише одній особі. Оскільки за такої форми власності всі прибутки надходять до єдиного власника підприємства, то він зацікавлений у невинній добросовісній роботі, ретельному уважному контролі за бізнесовими справами, у максимальному розширенні своїх контактів і підприємницьких операцій.

Разом із тим, є за такої форми і недоліки. Адже найчастіше початковий фінансовий капітал однієї особи менший за фінансові можливості групи підприємців. Одноосібна приватна власність може потребувати надмірних зусиль від однієї людини для керівництва нею. Знову ж таки, оскільки підприємницька діяльність передбачає творчість, то кілька людей можуть запропонувати більше нових ідей, ніж один підприємець.

Тому поширеною є й колективна власність, коли підприємницька ініціатива проявляє себе в рамках суспільного виробництва, стосовно всіх видів господарської діяльності.

Важко не погодитись, що перша площина (одноосібна) визначає другу: підприємницька ініціатива, виявлена в індивідуальному секторі, найчастіше виступає базою розвитку підприємництва в суспільному господарстві, хоча й не завжди.

Відповідно до цих двох розрізів аналізу підприємництва можливо виділити різні групи чинників розвитку бізнесу, перешкод на шляху його еволюції. Позитивних та негативних рис, що притаманні індивідуальній та колективній підприємницькій ініціативі.

Зазначивши позитивні сторони становлення бізнесу в Запорізькому регіоні, необхідно конкретизувати основні *проблеми*, які перешкоджають успішному розвитку сфери підприємництва. Більшою мірою ці проблеми є загальними, характерними для всього простору підприємництва сучасної

України, які були означені нами в підрозділі 3.1. Але вони набувають певної специфіки, обумовленої особливостями Запорізького регіону, виробництва і бізнесу в ньому.

Здійснюючи дослідження місцевих особливостей розвитку підприємництва в рамках міста Запоріжжя та Запорізької області, вважаємо доцільним методологічним шляхом обрати рух від загального до специфічного, від зовнішнього до внутрішнього.

Так, важливим фактором, що може стимулювати розвиток підприємництва, є *зовнішня політика держави*, якщо вона спрямована і є сприятливою для залучення іноземних інвестицій, для поєднання іноземного і вітчизняного капіталів. Основними видами підприємницького співробітництва, які відкриваються за сприятливої зовнішньоекономічної політики, є:

- 1) створення спільних підприємств різних типів із закордонними компаніями;
- 2) залучення іноземних інвестицій в українські фірми;
- 3) перспективні можливості створення вільних економічних зон (так званих зон спільного підприємництва).

Ключовою проблемою у впливі цього фактора на вітчизняне підприємництво є суперечливість між цілями і результатами. Адже – так, іноземні інвестиції привертаються в Україну, але вони не сприяють досягнення цілі – активізації вітчизняного підприємництва за допомогою іноземного капіталу. З кожним роком стає все більше компаній в Україні винятково з іноземними інвестиціями. Все більше банків перетворюється на іноземні філії закордонних банків в Україні.

Щоправда, іноземні інвестиції залучаються в український бізнес не так активно, як могли б. Адже за роки незалежності і розбудови ринкової економіки досі не створено ефективного механізму стимулювання інвестиційного сектора, часткові реформи, які провадяться, поодинокі і непослідовні і т.д.

Іншою пов'язаною з цим проблемою є погіршення міжнародного іміджу

України у зв'язку з хаосом і безладдям у політичному житті (зокрема, з процесом поділу влади і роздачі посад, який не на жарт затягнувся), із надмірно високим рівнем корупції, із постійними газовими конфліктами з Росією (особливо на межі 2008 – 2009 р.) і т.п.

Означені загальнодержавні негативні тенденції на тлі Запорізького регіону особливо різко проявляються через такі причини:

- висока привабливість запорізької промисловості для іноземних інвестицій – велика частка приватних підприємств містять частку іноземного капіталу;

- висока залежність промисловості від енергоносіїв, що визначає залежність великого підприємництва та, відповідно, зв'язаного з ним малого та середнього, від зовнішньополітичних стосунків з державами-постачальниками;

- визначний вплив стану та розвитку промисловості на платоспроможність населення (більшість людей працює на промислових заводах), що в свою чергу визначає умови розвитку підприємництва звужуючи або розширюючи ринки збуту.

Отже, вже з наведеного вище видно ключові внутрішньодержавні перешкоди розвитку підприємництва в Україні – це нестабільність, хаотичність політичної системи, несформованість органів державного управління, некомпетентність чиновників. Це є першою причиною того, що державне регулювання підприємництва не відповідає його самоорганізаційному потенціалу.

Рівень ентропії соціально-економічної системи надмірно високий. Для забезпечення прогресивного розвитку та підтримання продуктивної динаміки змін, потенціал державно-політичної системи має бути відповідним до потенціалу підприємницької ініціативи. Ступінь свободи підприємництва: самоорганізація бізнесу і державне регулювання підприємництва повинні функціонувати за принципом взаємодоповнювальності – однак цього не спостерігається. Органи державної влади зайняті своїми проблемами (в тому

числі і економічними). Державці навіть не намагаються вивчити думку та потреби підприємців і споживачів з приводу потрібних у цій галузі реформ.

Приватизація – яка мала б бути надзвичайно ефективним внутрішньодержавним механізмом цивілізованої активізації підприємництва – відбувається недосить жваво, непрозоро, при цьому не дотримуються цільові пріоритети місцевих спільнот, а переваги надаються тимчасовим корупційним інтересам.

Здебільшого приватизація торкнулась малих підприємств, які вже в більшості своїй перейшли до приватного власника. Не так швидко справа йде із середнім і великим бізнесом. У монографії 2000 року видання Є. Сірий і С. Фаренік вказують [154, с. 113], що 80% економічного поля контролюється державою і лише 20 % – приватним підприємництвом (у розвинутих же країнах це співвідношення обернене). На сьогоднішній день ситуація майже не змінилась, окрім того зворотна тенденція проявилась в рамках політики рекапіталізації, що розпочалася в банківській сфері, і на сьогодні постає не зрозумілим, чи отримає вона розповсюдження в інших галузях.

Крім недостатнього рівня, приватизація в Україні здійснюється вкрай суперечливо, з продажем ключових промислових підприємств України закордонну власність, з олігархізацією народногосподарської сфери. Також треба відмітити невизначеність позиції органів державної влади щодо приватизації та способів її провадження, гальмування прийняття відповідних законів; пасивність органів місцевої влади в розукрупненні окремих підприємств і переслідування при цьому індивідуальних корисливих інтересів.

Багато приватизованих підприємств лишаються із застарілою технікою і технологіями – тобто механізм підприємництва як новаторської діяльності на них так і не було ввімкнено. З іншого боку посилений державний контроль та тиск на сферу підприємництва поєднується з подвійним механізмом приватизації (діяльністю фінансових посередників), який спричиняє появу власників та форм власності, що перебувають поза полем зору уряду [див. також: 145].

Як відомо, проблеми становлення та розвитку підприємництва напряму пов'язані з тінізацією національної економіки. Не знаходячи способів подолання проблеми на шляху організації власного легального бізнесу, відчуваючи численні перепони з боку держави більшість підприємців «уходять в тінь». Зрозуміло, що в такі періоди статистична інформація про зменшення обсягів прибутку та оборотів у підприємців свідчить ні про що інше, як про свідоме виведення частини коштів з легального оподаткованого обігу.

Згідно з офіційними заявами керівництва держави, частка тіньової економіки в Україні фактично зрівнялася з офіційною, адже складає 50-60% офіційного ВВП. За даними Фонду «Інтелектуальна перспектива» і Центру соціальних експертиз Інституту соціології НАН України, 45% опитаних працюють у «тіні», а сукупний тіньовий капітал українських громадян складає близько 13-15 мільярдів доларів США в рік. Відсутність трьох інституційних складових – прозорості, передбачуваності і простоти – ускладнює інституційні реформи в Україні, що призводить до погіршення інституційної рівноваги через посилення корупції, а, отже, до руйнації господарської системи.

Виконані розрахунки макроекономічних показників і оцінки рівня тіньової економіки засвідчили, що за період 2001-2007 рр. простежуються такі тенденції:

- ВВП тіньової економіки зріс від 130,2 до 297,3 млрд. грн.;
- за нинішньої частки перерозподілу ВВП через бюджет (26,9 – 34,0%) обсяг недоїмки зведеного бюджету від тіньового ВВП зріс від 27,2 до 86,9 млрд. грн.;
- щорічні обсяги недоїмки фінансів становлять понад 50 % доходів бюджету;
- щорічне підвищення темпів зростання недоїмки фінансів до бюджету;
- сумарний обсяг недоїмки фінансів за 2001-2007 роки досяг 217 млрд. грн., що становить 124% і перевищує доходи зведеного бюджету 2007 року [50].

Офіційно Міністерство економіки повідомило про зростання рівня

тіньової економіки в I півріччі 2008 року на 2 відсоткових пункти – до 28%. Таке зростання обсягу тіньових операцій в міністерстві пояснюють початком впливу фінансової кризи на економіку країни. Експерти підтверджують, що в 2008-2009 роках частка неофіційної економіки збільшуватиметься.

За оцінкою експертів, зростання рівня тіньових операцій в 2008-2009 роках буде значно більшим, ніж в I півріччі. За прогнозами, до середини 2009 року розмір тіньової економіки має перевищити показники, що фіксуються після 2000 року (у 2005 році Мінекономіки оцінювало частку тінізації в 30%), але до надвисоких показників 1990-х справа все ж таки не дійде.

Цілісна стратегія боротьби з тіньовою економікою на Україні відсутня.

З огляду на це, вважаємо, що стратегія боротьби з негативними проявами тіньової економіки має бути комплексною, тобто поєднувати соціальні, політичні, економічні, законодавчі, силові та організаційні заходи. Оскільки тіньовий сектор економіки підпорядковується діянню економічних законів ринку, то застосовувані переважно силові методи дають лише тимчасовий ефект. Саме на такому підході базуються Державна програма детінізації економіки на 2007-2010 роки та Цільовий сценарій подолання тінізації економіки [176].

Всі означені показники підвищення рівня тінізації економіки переконливо свідчать про слабкий розвиток малого бізнесу через несприятливі правові, економічні та соціальні передумови.

Запорізький регіон на рівні з усією державою охоплений процесами іллегалізації економіки. Як відомо, процеси тінізації економіки завжди йдуть пліч-о-пліч з процесами її криміналізації. З цього приводу варто зауважити на такий загальновідомий феномен з галузі металургійної промисловості, як конфлікти з приводу права власності, що тривають і сьогодні, та незаконну розробку шлакових відвалів металургійних комбінатів.

За зауваженнями журналістів [130] сьогодні фактично звалище відходів металургійних комбінатів визначає спосіб життя одного з основних для

України індустріальних центрів – Запоріжжя. Зазначається навіть, що багаторічний аналіз дозволяє спостерігати дивні збіги кадрових ротацій в ОДА, обласному УВС та інших силових структурах з черговими загостреннями конфліктів на ВАТ «Електрометалургійний завод «Дніпроспецсталь» імені Кузьміна» (ДСС).

Відповідно означувані конфлікти пов'язані із станом справ на балці Середній (об'єкт, розташований за околицею м. Запоріжжя), офіційно іменованій полігоном промислових відходів.

Полігон, як, власне, і промисловість Запоріжжя, створювали в роки перших п'ятирічок. Відтоді його територія розрослася майже до 240 гектарів, котрі накопичили більш як 300 млн. тонн відходів металургійного виробництва. Значну частину там становлять метали, придатні до повторного використання.

До 1998 року на це всерйоз ніхто не звертав уваги, якщо не рахувати безпритульних і жителів навколишніх сіл, які займалися збиранням металобрухту. Після того як обсяги видобутку досягли мінімальних розмірів, які можуть бути прирівняні до промислових масштабів, безроздільне панування над полігоном перейшло до криміналітету. За деякими даними, місячний оборот на балці Середній становив до 10 млн. дол., зрозуміло, абсолютно тіньових.

В якості довідкової інформації варто додати, що найприбутковішим місцем означуваного полігону є його п'ята частина, куди звозять відходи виробництва «Дніпроспецсталі». Кілограм добутого там скрапу приймають за ціною від 0,5 до 1 дол. і більше. Серед жителів побутує розповідь, що за 8-тонний зливоч без вагань заплатили 40 тис. дол. готівкою.

Після широкого оприлюднення чималої прибутковості звалища, Держкомітет з питань геології спішно визнав полігон техногенним родовищем (а отже, держвласністю) і навіть провів конкурс на право його облаштування та створення підприємства з утилізації та переробки відходів. Але фірма – переможниця тендеру так і не розпочала роботу. Опонентами Держкомітету виступили металургійні підприємства, котрі відстоювали право власності на

свої ділянки полігона. Після тривалої судової тяганини, наприклад, «Дніпроспецсталі» вдалося узаконити володіння 46 гектарами звалища. Але після цього конфлікт тільки продовжував розгоратись.

Після багаторічних фінансових та податкових махінацій з нагоди видобутку скрапу, низки судових процесів, численних змін керівництва як комбінату (до 3-х генеральних директорів на рік), так і області, несподівано у 2005 головний державний інспектор охорони навколишнього середовища в Запорізькій області виносить рішення «про тимчасову заборону (припинення) діяльності з розробки промвідвалів на ділянках ВАТ «Дніпроспецсталь» промполігона «Балка Середня» до виконання природоохоронних заходів». Завод, як власника ділянки, зобов'язують оплатити завдані збитки в сумі 2,167 млн. грн. Одразу після цього ДСС в односторонньому порядку розриває договір оренди означеної території.

За кілька років до цього заступник начальника облуправління екобезпеки Н. Приходько зробила висновок, що у 1998-1999 рр., коли почалася інтенсивна несанкціонована розробка відвалів, якість води в озерах і обвідному каналі погіршилася. У два-п'ять разів перевищено гранично допустимі концентрації важких металів, хлоридів, загальний вміст солей. За роданідами і фенолами нормативні концентрації перевищено в 1800 разів. Влітку 2004 року ця ситуація врешті-решт стурбувала міську владу, яка стала зауважувати, що під полігоном промислових відходів проходить водогін, який постачає питну воду усьому лівому берегу майже мільйонного міста. Пласт шлаків над водогоном – до 11 метрів. У разі пориву водогону комунальні служби не зможуть до нього добратися.

Відповідно, в першу чергу тривала байдужість влади протягом 1998-2005 років і різке несподіване загострення уваги до об'єкту, що виразилось в низці перевірок вищими посадовцями регіону, наштовхує на висновок про її заангажованість у справі нелегального видобутку сировини протягом означеного періоду.

Після семи років незаконної розробки шлакових відвалів, голова

Запорізької ОДА Ю. Артеменко нарешті привселюдно заявляє, що відвали розробляє хто завгодно, а скрап іде не на металургійні підприємства, котрим ці відвали належать, а в криміногенні структури. Скрап реалізовується за тіншовими схемами, без сплати податків. Роботи ведуться з кричущими порушеннями екологічних норм і охорони праці. Лунає обіцянка, що ситуація в балці Середній кардинально змінюється на краще, тому що її під свій контроль бере ВАТ «Дніпроспецсталь».

Тільки, за свідченням місцевих ЗМІ, скрап із відвалів продовжували вивозити, а техніки там працювало навіть удвічі більше, ніж до заборони.

Таким чином, цей невеликий екскурс в історію відкриття та освоєння звалища одного металургійного комбінату демонструє ситуацію, яка з 1998 року мала б стати джерелом процвітання та розквіту металургійної промисловості Запоріжжя через відкриття сировинних резервів, дати нові робочі місця, послужити поштовхом до розвитку як малого, так і великого підприємництва, а на практиці спричинила небувале зростання кількості різномасштабних кримінальних структур, придушення легального підприємництва та спрямування у тіншову економіку багатомільйонних коштів. З точки зору задекларованих стратегічних пріоритетів нашої держави допущення такого стану речей можна охарактеризувати виключно як абсурд. Але, як відомо, з точки зору приватного інтересу окремих посадовців (як державних, так і в рамках комбінатів) загальнонаціональний абсурд може перетворитись на індивідуальне збагачення.

Тривала незаконна розробка техногенних родовищ в м. Запоріжжя, що триває по сьогодні, свідоме ігнорування цього явища державною владою як регіонального, так і національного рівня найкращим чином демонструє прикладний аспект реалізації політики розвитку підприємництва в Україні і на місцях.

Звичайно, можна впевнено заявляти, що таке «викривлення» загальнодержавних стратегічних пріоритетів розвитку економіки України на шляху до Євросоюзу знаходить своє вираження виключно в усіх регіонах

держави, де є ті чи інші більш-менш прибуткові об'єкти різного походження (металургійні комбінати, шахти, видобувна промисловість тощо). Замість раціонального освоєння ресурсів із спрямуванням коштів до державного бюджету, у державні фонди, на підтримання екологічного балансу та, власне, конкретних підприємств, відбувається погіршення екології, порушення прав людини, норм праці, замість розвитку підприємництва відбувається розвиток тіньової економіки та криміналітету.

Але на тлі цих глобальних негативних явищ, звичайно є і позитивні зсуви в контексті реалізації державної регуляторної політики в Запорізькому регіоні, хоча вони переважно і носять формальний характер.

Реалізація державної регуляторної політики Запорізькою облдержадміністрацією у 2008 році [76] здійснювалась у відповідності до завдань, визначених Законом України «Про засади державної регуляторної політики в сфері господарської діяльності» та розпорядженням голови облдержадміністрації від 21.03.2008 № 91 «Про план заходів щодо реалізації державної регуляторної політики в Запорізькій області на 2008 рік», і була спрямована на:

- забезпечення системного єдиного підходу до провадження регуляторної діяльності;
- підвищення якості підготовки аналізів регуляторного впливу та звітів з відстеження результативності регуляторних актів;
- поглиблення регуляторної реформи на місцевих рівнях (сільськими, селищними, районними та міськими (міст районного значення) радами;
- залучення громадськості до обговорення проектів регуляторних актів.

Розробка проектів регуляторних актів в Запорізькій області здійснювалась із дотриманням принципів, доцільності, збалансованості, достатності, послідовності, передбачуваності регуляторної діяльності та відповідності нормативного регулювання вимогам ринкових відносин.

Так, протягом року в області прийнято 87 регуляторних актів з них: 13 регуляторних актів прийнято Запорізькою облдержадміністрацією, 7 –

Запорізькою обласною радою, 1 – наказ Головного управління юстиції у Запорізькій області, 17 – райдержадміністраціями та 49 – міськими радами міст обласного значення та їх виконавчими комітетами. Наведена інформація свідчить, що більша частина регулювань в області впроваджувалась міськвиконкомами міст обласного значення (див рис. 3.2).



Рис. 3.2. Розподіл проєктів регуляторних актів, розроблених в Запорізькій області у 2008 році

Так, варто зауважити, що кількість прийнятих регуляторних актів в області у 2008 році зменшилась на 15,5 % проти попереднього року. В той же час, прийнята кількість регуляторних актів облдержадміністрації у 2008 році залишилась на рівні попереднього року.

Більша частина регуляторних актів у 2008 році приймалась у зв'язку з необхідністю впроваджувати державне регулювання цін (тарифів) відповідно до наданих повноважень постановою Кабінету Міністрів України від 25.12.96 №1548 «Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та

виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін». Також, протягом року були впроваджені нові механізми фінансово-кредитної підтримки суб'єктів господарювання, фермерського господарства шляхом затвердження регуляторними актами – розпорядженнями голови облдержадміністрації відповідних Порядків використання коштів, що безумовно демонструє позитивні зміни в політиці державної підтримки приватного підприємництва.

Прийняті протягом року облдержадміністрацією регуляторні акти не скасовувались, зміни, доповнення до них не вносились.

Також, у 2008 році спостерігалась більша регуляторна активність райдержадміністрацій. Так, кількість прийнятих регуляторних актів райдержадміністраціями збільшилась проти попереднього року на 30,1%. Це пояснюється тим, що протягом року відповідно до своїх повноважень у райдержадміністрацій виникала необхідність впроваджувати регулювання стосовно земельних відносин, встановлення розмірів орендної плати за землю тощо. Також у 2008 році, відповідно до доручень облдержадміністрації, райдержадміністраціями проводилась робота щодо приведення у відповідність до чинного законодавства України прийнятих регуляторних актів, що спрямовані на впровадження Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності».

Але в рамках області у звітному 2008 році на 32,9% зменшилась регуляторна активність міських рад обласного значення та їх виконавчих комітетів, що говорить про спад сприяння розвитку підприємництва.

Прийняті регуляторні акти облдержадміністрації, Головного управління юстиції у Запорізькій області та райдержадміністрацій усі погоджені із представництвом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва в Запорізькій області, що демонструє узгодженість дій різних рівнів та гілок влади щодо означеної проблематики.

За підсумками наведеної вище інформації, стан реалізації у 2008 році державної регуляторної політики в Запорізькій області можливо відмітити, як задовільний, однак існує ще ряд проблемних питань на обласному рівні, які

потребують подальшого відпрацювання, та на вирішення яких буде направлена діяльність облдержадміністрації у 2009 році, а саме:

- підвищення якості підготовки розробниками аналізу регуляторного впливу до проекту регуляторного акта та здійснення заходів з відстеження результативності регуляторних актів;
- формування кадрового потенціалу в місцевих органах виконавчої влади та органах місцевого самоврядування Запорізької області, спроможного забезпечувати регуляторну діяльність згідно із сучасними вимогами;
- активізація участі громадськості в обговоренні проектів регуляторних актів.

Окрім того, за підсумками практичної реалізації Закону України «Про засади державної регуляторної політики в сфері господарської діяльності» на обласному рівні, виявлена проблема, пов'язана з процедурою прийняття регуляторних актів, необхідністю впровадження яких є екстреним реагуванням держави на ситуацію, що склалась навколо певної сфери.

Так, процедура, визначена Законом, є тривалою за часом, що робить неможливим оперативне реагування держави на певні ситуації, наприклад, необхідність державного регулювання росту цін на основні продукти харчування.

В умовах збільшення соціальної напруги, невтручання держави у сферу ціноутворення протягом часу, який відводиться згідно чинного законодавства, оприлюднення проекту регуляторного акта та проведення його публічного обговорення, може призвести до соціального вибуху. Таким чином, прийняття регуляторного акта не за процедурою, передбаченою Законом, є порушенням чинного законодавства, що тягне негативні наслідки, однак затягування прийняття регуляторного акта може викликати ще більші негативні наслідки.

В якості висновків маємо зазначити, що становлення і розвиток підприємництва Запорізького регіону характеризується всіма загальними позитивними і негативними рисами, включає всі проблеми та перепони, характерні для сучасного українського економічного простору.

Окрім загальних проблем, які наявні в сфері бізнесу в усіх регіонах країни, Запорізька область наочно нам демонструє, що кожен окремий регіон матиме ще безліч специфічних для власного середовища негативних явищ. Специфіка виражатиметься, безумовно, не тільки в особливостях економічного життя, забезпеченості регіону, а й специфікою соціально-політичних процесів, характеристиками політичних еліт, господарським менталітетом населення, схильністю та здатністю до підприємницької ініціативи, навіть географічним положенням тощо.

Відповідно, специфічні перешкоди становлення відповідного рівня розвитку підприємництва, що виникають в регіонах, мають підлягати аналізу і долатись окремо, зусиллями місцевих влад та громади. Регіони з подібними проблемними ситуаціями, звичайно, можуть розробляти спільні проекти та програми, але все ж такі у більшості випадків ситуації мають багато відмінних рис.

Що ж стосується позитивних рис розвитку підприємництва на тлі місцевої специфіки Запорізького регіону, то вони більшою мірою концентруються в рамках таких тенденцій: збільшення кількості зареєстрованих підприємців протягом останніх років, зміцнення інфраструктури підтримки підприємництва, збільшення кількості малих підприємств, що реалізовували продукцію і надавали послуги у відношенні до загальної кількості малих підприємств регіону; позитивні просування в реалізації регуляторної політики та прийнятті відповідних місцевих регуляторних актів тощо.

3.3. Провідні тенденції та перспективи розвитку підприємницької діяльності в умовах України

Продовжуючи праксіологічний аналіз підприємницької діяльності в умовах перехідної української економіки, на базі отриманих в попередніх підрозділах висновків, які всебічно розкривають сучасний стан розвитку

підприємництва як в Україні взагалі, так і на місцях, маємо перейти до наступної логічної ланки нашого наукового пошуку – узагальнення провідних тенденцій і окреслення перспектив розвитку підприємництва в умовах України.

Для здійснення об'єктивного налізу звернемося до інформації, яку надають та оприлюднюють державні установи, в компетенції яких лежить означена проблематика.

За даними Держкомпідприємництва України, для прогресу у створенні подальшого сприятливого середовища для розвитку та стабільної діяльності малого і середнього бізнесу необхідно подолати виявлені негативні тенденції розвитку, а саме:

- як і в попередні роки, у 2006 році спостерігається нерівномірність розподілу кількості як суб'єктів малого і середнього підприємництва, так і малих підприємств за регіонами України у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення (найбільша кількість (210) малих підприємств – у столиці, а найнижча (41) – у Тернопільській області);

- впродовж останніх двох років знижується кількість зайнятих у сфері малого та середнього бізнесу за рахунок їх зменшення на малих ((зокрема, 2004 рік – (-3,6%), 2005 р. – (-4,5%), 2006 р. – (-3,9%)) та середніх підприємствах (2005 р. – 2,6%, 2006 р. – 2,5%). Причому, тенденція до зниження зайнятості простежується у всіх регіонах країни (за винятком АР Крим, де він у 2006 році зріс на 0,7%) та за всіма видами економічної діяльності, що мають виробничий напрямок;

- значною (або 32,9% із загальної кількості зареєстрованих підприємств у 2006 році) залишається кількість малих підприємств, що не працюють взагалі через різноманітні причини;

- зменшилась у 2006 році до рівня 2004 року частка продукції (робіт, послуг), реалізованої малими підприємствами і становить 4,8% загального обсягу реалізації по економіці, тоді як у 2005 році цей показник дорівнював 0,3%;

- незважаючи на те, що середньостатистичні витрати в розрахунку на

1 мале підприємство дещо збільшились (з 0,024 млн. грн. у 2005 році до 0,030 млн. грн. у 2006 р.), все ж кількість малих підприємств, що здійснювали технологічні інновації, залишається мізерною (0,17% від загальної кількості малих підприємств) [71, с. 55].

Окрім того, в упровадженні державної регуляторної політики органами виконавчої влади у 2007 році зафіксовано низку проблем, які характеризують стан даної сфери як вкрай незадовільний, зокрема:

- починаючи з другої половини 2005 року і дотепер центральними та місцевими органами виконавчої влади розроблено близько 3800 проєктів регуляторних актів;

- почастишали випадки прийняття регуляторних актів без погодження з Держкомпідприємництвом та його територіальними органами;

- незадовільним є стан виконуваності законодавчих норм щодо здійснення заходів з відстеження результативності дії регуляторних актів на кількісному і якісному рівні [71, с. 5-6].

Не дивлячись на певні позитивні зрушення в сфері удосконалення процедур видачі дозвільних документів, в даній галузі так і залишається ряд проблемних і невирішених питань:

- не завершено роботу з розробки нормативно-правових актів, передбачених Законом (станом на кінець 2007 року центральними органами виконавчої влади розроблено 26 (з 56) законопроектів щодо приведення законодавчих актів до вимог до Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» – з них прийнято Верховною Радою України лише 1, подано до Верховної Ради України – 9);

- не скасовано жодного дозвільного документа як такого, що є недоцільним або економічно необґрунтованим;

- не забезпечено на регіональному рівні належну роботу більшості дозвільних центрів;

- неналежне їх фінансово-господарське та ресурсне забезпечення;

- не забезпечується участь усіх представників місцевих дозвільних органів в більшості дозвільних центрів;
- недостатнім є статус державного адміністратора;
- є випадки, коли рішення про створення дозвільних центрів прийнято лише на папері.

Означені проблеми коротко характеризують основні тенденції розвитку державного регулювання сфери підприємництва в Україні, які необхідно подолати для досягнення відповідного європейській спільноті рівня. Отже, на сьогодні першочерговими напрямками вдосконалення даної сфери є:

- завершення розробки та прийняття усіх необхідних нормативно-правових актів;
- прийняття відповідних рішень щодо налагодження ефективної роботи дозвільних центрів з видачі за принципом організаційної єдності дозвільних документів, передбачених законодавством [71, с. 8].

Окрім того, варто зауважити окремо, наскільки складно відбувається впровадження Закону України «Про основні засади державного контролю (нагляду) у сфері господарської діяльності», головна мета якого – зменшити кількість перевірок, унеможливити корупційні дії перевіряючих – наріз справдження в дію цього Закону відбувається вкрай складно і безсистемно.

Продовжуючи аналіз основних тенденцій, що характеризують стан сфери підприємництва, маємо зазначити, що в Україні, як і більшості пострадянських країн, особливої актуальності набувають певні умови ведення бізнесу, дотримання яких не завжди є очевидним на теренах вітчизняної економіки. Основні з них наведені нижче.

1. Наявність відповідних майнових прав на умови і результати виробництва, оскільки підприємець обов'язково повинен бути власником виробленого продукту і доходу, отриманого в результаті його реалізації. Тільки за цих умов виникає належна зацікавленість для здійснення підприємницької діяльності.

2. Певне економічне, правове і політичне середовище. Формальне

визнання майнових прав на умови і результати виробництва може уживатися з іншими правовими нормами, регулюючими економічне життя суспільства, але що реально не забезпечують достатнього ступеня економічної самостійності для підприємницької діяльності. Різного роду обмеження, що формують економічне середовище, повинні забезпечувати достатній «коридор свободи». Для підприємця це виражається в отриманні достатньої самостійності за умов:

- вибору виду господарської діяльності;
- визначенні споживачів товарів і постачальників ресурсів;
- визначенні цін;
- розпорядженні отриманим доходом [1, с. 45-57].

3. Повна економічна відповідальність за результати діяльності. Цей пункт незвичний для України як постсоціалістичної країни, проте варто пам'ятати, що негативними результатами підприємницької діяльності можуть бути:

- збитковість, тобто перевищення витрат над доходами;
- втрата майна;
- банкрутство (визнання повної неплатоспроможності).

4. Етика підприємництва та соціальна відповідальність підприємця. Етика підприємництва є одним з чинників його прибутковості або неприбутковості. Морально-етичні норми, затвержені в середовищі підприємців на цивілізованих ринках, не часто зустрічаються серед українських бізнесменів:

- обов'язковість;
- прозорість бізнесу та відповідальність за його результати;
- загальна висока культура і освіта;
- контактність, уміння спілкуватися з людьми, зацікавити їх, мобілізувати на досягнення поставленої мети.

Аналіз підприємницької діяльності дозволив визначити такі істотні чинники підприємницького успіху, яких часто бракує вітчизняній

підприємницькій ініціативі: висока кваліфікація; глибокі особисті контакти; достатні матеріальні і фінансові ресурси; наявність замовлень споживачів.

Розкриваючи основні тенденції становлення підприємництва та окреслюючи на їх основі перспективи розвитку даної сфери, звичайно маємо торкнутись питання оподаткування приватних підприємців.

Надмірно високе оподаткування в Україні унеможливує становлення та розвиток малого підприємництва (численні податки і подорожки нерідко залишають підприємству лише 5-10% отриманого прибутку).

Загальний напрям вдосконалення податкової системи – посилення стимулюючої (а не пригнічуючої) ролі податків в розвитку виробництва.

Потрібним вбачається звільнити малі підприємства від податків на інвестиції, технології, що ввозяться. І, звичайно, потрібні податкові пільги на період становлення малого підприємства. Абсолютно очевидна необхідність диференційованого податкового підходу до підприємств різного профілю діяльності. Нижчі ставки податків повинні застосовуватися для найбільш важливих, пріоритетних галузей.

До теперішнього часу зроблені тільки найперші кроки в правовому і організаційному забезпеченні формування малого підприємництва як особливого пріоритетного сектору економіки України. Дієвої системи стимулювання утворення малих підприємств не існує, як немає і господарського механізму їх підтримки. Не розроблена державна програма розвитку малих підприємств.

Комплекс першочергових заходів, спрямованих на розвиток малого підприємництва в Україні, повинен здійснюватися в наступних напрямках:

- нормативно-правовий;
- інформаційно-технічний;
- фінансово-кредитний;
- організаційний;
- кадрове і консультаційне забезпечення;
- зовнішньоекономічна діяльність.

Також у державній програмі повинні бути відображені механізми грошово-кредитної, податкової, бюджетної і цінової політики, матеріально-технічного постачання, системи офіційних гарантій, які забезпечували б створення рівних стартових умов в розвитку підприємницької діяльності.

У програмі необхідно передбачити формування ефективних інститутів ринкової інфраструктури, товарного ринку і ринку цінних паперів, інвестиційного і ваучерного підприємництва, інформаційної, консультаційної і аудиторської діяльності, а також створення комплексної державно-суспільної системи підтримки малого підприємництва, включаючи підготовку і перепідготовку підприємницьких кадрів, залучення до цієї сфери соціально активних верств населення. Слід також визначити заходи, що забезпечують підтримку зовнішньоекономічної діяльності і залучення іноземних інвестицій до розвитку підприємництва.

Для реалізації даних програм повинні бути привернуті не стільки засоби державного бюджету, скільки можливості приватного – вітчизняного, а при необхідності і іноземного – капіталу. Основним же напрямом використання державних ресурсів повинні стати не виділення прямих інвестицій, а страхування і надання гарантій під кредит.

Розкривши провідні тенденції становлення та розвитку приватного підприємництва в Україні, звернемося до питання оптимізації функціонування малого і середнього підприємництва в українській економіці. Аналіз ситуації, що склалася, в підприємстві і виявлення основних причин, гальмуючих розвиток підприємницької діяльності, дозволяють сформулювати ряд основних напрямів оздоровлення цього сектора економіки.

Перш за все, фундаментом для здійснення ефективного контролю за підприємствами, є побудова певної системи права власності, що припускає повну відповідальність майном за узяті зобов'язання. Мають рацію і обов'язки, що витікають з власності, повинні мати силу для всіх без виключення учасників економічного життя суспільства (держави, споживачів, виробників).

Щоб не тільки формально, але й на практиці затвердити права власності,

створити основу для ринкових підприємницьких відносин необхідно запровадити в життя наступні принципи.

По-перше, необхідний механізм виведення підприємств з економічного процесу. Тобто необхідна чітка структурована процедура банкрутства окремих підприємств.

По-друге, необхідно створити такі ринкові умови, які стимулюватимуть створення нових підприємницьких структур. У процвітаючій ринковій економіці створення і примноження майна приватних підприємств завдяки організації нових фірм складає рушійну силу структурних перетворень і динаміки економічного зростання. Після ліквідації двох головних перешкод на шляху нових фірм і підприємств – реєстрації і складної системи оподаткування, необхідна публічна підтримка урядом нових підприємницьких структур. В даному випадку йдеться про ліквідацію перешкод з боку чиновників на місцях.

По-третє, оздоровленню підприємництва буде сприяти відміна державних пільг (дотацій і субсидій) для окремих галузей, оскільки це перевершує фінансові можливості держави, підсилює можливості для корупції, створює нерівні умови для конкуренції, перешкоджає виникненню і функціонуванню ринків в цілому. В зв'язку з цим необхідно провести інвентаризацію виданих раніше субсидій і дотацій, скоротити число інститутів, що розподіляють фінансові кошти, відмінити податкові пільги окремих секторів економіки.

По-четверте, до першочергових завдань належить збільшення прозорості в діяльності держави. Частково зроблений крок до прогресу в області вдосконалення бухгалтерського обліку на українських підприємствах. Здійснений перехід до нових стандартів бухгалтерського обліку і звітності, але досі розузгодженість бухгалтерського та податкового обліку на сучасних підприємствах породжує низку порушень та непорозумінь.

Окрім означеного для подолання негативних тенденції розвитку підприємницького сектору економіки необхідні такі заходи:

– річний комерційний звіт, рахунок прибутків і збитків повинні надавати і державні підприємства;

- перевіряти чи має керівництво підприємства пайову участь в капіталі фірм, які пов'язані з даним підприємством діловими відносинами;
- укріплювати права Рахункової палати та Антимонопольного комітету;
- сприяти оздоровленню підприємницької діяльності через прискорення процесів приватизації крупних підприємств і підприємств «стратегічного» сектору. Обираючи методи приватизації, слід віддавати перевагу стратегічним інвесторам перед ваучерною приватизацією [див. також: 66; 1, с. 191].

Отже, першочергове завдання держави в процесі реформування підприємств полягає в тому, щоб разом зі створенням правових передумов підсилити функціональні можливості тих інституцій, які повинні гарантувати дієздатність ринку.

В першу чергу це антимонопольний комітет, агентство по банкрутству, Рахункова палата і Фонд державного майна. Ці інститути повинні піклуватися про те, щоб незалежно від правової форми, підприємства і фірми працювали в рівних умовах, щоб діяльність держави і ринку придбали прозорість щоб можливим став загальний контроль над цією діяльністю. Тільки якщо все це буде забезпечено, у населення з'явиться довіра до ринкових механізмів і завдяки цьому – до політики реформ.

На фоні означеної відміни податкових пільг для певних галузей економіки, все ж таки доцільним для розвитку підприємництва постає створення вільних економічних зон.

Вільні економічні зони (ВЕЗ) – обмежені території міста, морські і авіаційні порти, в яких діють особливі пільгові економічні умови для національних та іноземних підприємців сприяючі рішенням зовнішньоторговельних, загальноекономічних, соціальних, науково-технічних і науково-технологічних завдань.

Формування ВЕЗ – складний, багатоетапний процес, що вміщує розробку законів, указів і ухвал, що забезпечують правову основу для вітчизняного і іноземного підприємництва; розвиток інфраструктури ринкових відносин, широке використання іноземного капіталу, налагодження моделі зони

конкретної цільової орієнтації з її послідуючою трансформацією у ВЕЗ комплексного характеру.

У даний час чимало регіонів України бажають отримати статус ВЕЗ. Вже існують пропозиції з питань створення близько 100 таких регіонів. Доцільним слід врахувати створення декілька ВЕЗ на найбільш підготовлених територіях, що відповідають основним вимогам зон і перспективні як з точки зору внутрішнього економічного розвитку, так і конкурентної здібності на світовому ринку капіталів.

При цьому пріоритетний інтерес для України представляють ВЕЗ як спосіб залучення іноземних інвестицій, доступ до новітніх технологій та сучасного західного досвіду, організації праці та виробництва.

Серед регіонів України найбільшою мірою зацікавлені у реалізації проектів ВЕЗ на своїх територіях і провели серйозну підготовчу роботу в цьому напрямку Одеська, Закарпатська, Донецька і Київська області [146, с. 45].

Як приклад, в Автономній республіці Крим вже функціонує ВЕЗ «Сиваш». Вона діє на підставі Закону України «Про деякі питання валютного регулювання і оподаткування суб'єктів експериментальної економічної зони «Сиваш» від 23.02.96 р. N 65/96-ВР. Цим законом передбачено ряд пільг для суб'єктів господарювання.

Наприклад, сировина, матеріали, устаткування (окрім підакцизних товарів), які ввозяться до України для власного виробництва суб'єктами експериментальної економічної зони «Сиваш», не підлягають оподаткуванню ввізним митом і податком на додану вартість; надходження в іноземній валюті на користь суб'єктів експериментальної економічної зони «Сиваш» не підлягають обов'язковому продажу на міжбанківській валютній біржі у разі використання їх на розвиток цієї зони, тощо [179, с. 134-135].

Таким чином, створення вільних економічних зон на території України має стати одним з найважливіших напрямків розвитку підприємництва, оскільки вони сприятливо впливають на багато сфер діяльності людини: стимулюють роботу наявних підприємств, заохочують створення нових,

збільшують кількість робочих місць, підвищують надходження до бюджету і покращують добробут населення, що проживає на території ВЕЗ.

Останнім часом в Україні актуальності набуває такий перспективний напрям розвитку підприємницької сфери як *соціальне підприємництво*.

Розвиток світової економіки минулого століття свідчить про те, що альтернативи ринковій економіці немає. І головна рушійна сила економічного розвитку – це підприємництво як процес. Відповідно підприємець – це ключова фігура, що рухає даний процес. Сучасна економічна система розвинутих країн є, по суті, підприємницькою економікою.

Наукові визначення підприємництва як економічної діяльності (подані у першому розділі дослідження) у першу чергу, прогресуючи в часі, змінюються від суто економічної до більше новаторської діяльності. Крім того, розглянуті нами дефініції описують іноді якості та характеристики особистості, моделі поведінки та діяльності, ніж критерії економічної успішності підприємництва.

В сучасній економічній науці таке ставлення є привабливими ще тому, що може характеризувати, наскільки підприємницьким, або новаторським, є як бізнес середовище, так і соціальний, або неприбутковий сектор економіки.

І коли межі між секторами стають дедалі розмитими, а цілі часто співпадають, концепція підприємництва легко переноситься на соціальну сферу і набуває, таким чином, ознак соціального підприємництва.

Усвідомлення людством перспектив та можливостей змінити власне соціальне становище та становище певної групи завдяки такому прийнятному способу, як підприємництво, переросло до широкого впровадження соціального підприємництва.

Широким і ґрунтовним є визначення термінів, пов'язаних з соціально-підприємницькою діяльністю, теоретиком соціального підприємництва Д.Г. Діз (J. Gregory Dees). У статті *The Meaning of «Social Entrepreneurship»*, (2001), що є частиною аналітичної праці *Enterprising Non Profits*, (1998), учений визначає місце соціального підприємництва в сучасному світі, та описує соціальних підприємців як таких, що відіграють роль генератора змін в соціальній сфері. Їм

він приписує характерні риси та вміння, саме вони, на його думку діють наступним чином: визначають місію спрямовану на створення та підтримку не тільки матеріальних цінностей; постійно шукають та віднаходять нові можливості виконання місії; постійно залучаються навчання до процесу навчання, використовують нововведення та інновації; діють сміливо, не обмежуючись наявними на даний момент ресурсами; та демонструють високий рівень відповідальності за своїх клієнтів та результати діяльності.

Визначені та описані Д.Г. Дізом види діяльності в інтеграції унікальні та певною мірою ідеалізують соціальних підприємців. Лідерам соціальної сфери в тій чи іншій мірі притаманні наведені характеристики, але не всі є соціальними підприємцями. Так і не всі мають бути ними, тими хто готовий прийняти виклик та реалізувати можливості ринкової економіки. Зрозуміло: соціальні підприємці потребують ефективно, інноваційно та винахідливо використовувати маркетингові технології, що діють для суто бізнес підприємців. Вони мають залучати та використовувати ресурси інших для досягнення своїх соціальних цілей, будь то фінансові ресурси, волонтерська праця чи державна програма підтримки.

Соціальне підприємництво має тривалу історію. У провідних країнах світу, таких як США, або Великобританія, НПО вже давно використовують бізнес інструменти та заробляють кошти у додаток або у продовження їх місії. Наприклад, у Британії кооперативи функціонували вже з середини ХІХ ст. як засіб фінансування соціальних потреб громади. Починаючи з 60-х рр. ХХ ст. в США НПО провели експеримент, створюючи робочі місця для соціально-вразливих груп. У 70-х рр. в країнах, що розвиваються, організації започаткували системи мікрокредитування для населення.

В Україні соціальним підприємництвом можна було назвати виробничі кооперативи, «комсомольські будівництва», колективні господарства, проекти з кооперативного будівництва житла, де соціальна складова була досить вираженою. Була також створена та ефективно функціонує до сих пір система підприємств, на яких працюють неповнолітні.

Але тільки в останні 15-20 років вчені та практики звернулися до вивчення та систематизації досвіду у сфері соціального підприємництва. Розвиток та активізація даного напрямку, перенесення його на глобальний рівень, стала можливою завдяки кільком факторам.

По-перше, неприбуткові організації все частіше вдаються до адаптування підприємницьких механізмів – до соціального підприємництва. На це існують вагомі причини – постійне скорочення традиційних джерел фінансування НПО, таких як благодійні пожертви, державні та донорські кошти, та підвищення рівня конкуренції за вільні ресурси.

По-друге, відбулася зміна пріоритетів бізнесу та переосмислення функції та ролі підприємництва у суспільстві. Ці функції, можна сказати, еволюціонували протягом декількох століть, від виключно економічної до більше соціальної.

По-третє, соціальне підприємництво надає можливість вирішувати проблеми суспільства не тільки за допомогою вільних коштів, а й за допомогою залучення населення до самопомоги. Це дає більше результату та стабільності. Адже, наприклад, замість того, щоб завозити на острів щодня молоко місцевим жителям, краще завезти туди корів і навчити за ними доглядати. Це подобається багатьом донорам і вони готові радше інвестувати у такі проекти.

Цікавість до соціального підприємництва в академічних колах підтверджує думку, що світогляд теперішніх випускників та студентів бізнес-шкіл теж змінюється. Вперше, курс з соціального підприємництва був запроваджений в Гарвардській школі бізнесу у 1989 р. Д.Г. Дізом. З того часу, провідні бізнес школи включили подібні курси до навчальних програм. Наприклад, 25% випускників Стенфордської школи бізнесу у 2004 р. склали власники дипломів з управління неприбутковим сектором – спеціалісти з соціального підприємництва.

У сучасній теорії соціального підприємництва можна виділити принаймні три основних підходи та визначення.

Так, у країнах Північної та Південної Америки соціальним підприємництвом називають підприємницьку діяльність неприбуткових організацій (НПО), дохід від якої спрямовується на реалізацію статутних цілей даної організації. Передбачається, що місія та статутні цілі НПО направлені відповідно на вирішення соціальних проблем, надання послуг цільовій групі, заради якої створювалась організація та покращення якості життя. Суб'єктами соціального підприємництва, переважно, є неприбуткові організації. В США існують сильні традиції самоорганізації населення, тому і велику частину соціальних проблем успішно вирішують НПО, отримуючи за це фінансування від цільової групи, населення, держави та донорів.

В Європейських країнах соціальне підприємництво визначається більше як бізнес із соціальною місією. На відміну від звичайного підприємництва, на перше місце виходить соціальний аспект, або соціальний ефект від підприємницької діяльності, а потім фінансова ефективність. Важливим критерієм соціальних підприємств в Британії, наприклад, є колективна форма власності та діяльність на користь територіальної громади. Як бачимо, суб'єктом соціального підприємництва тут виступають бізнес-підприємства з соціальною місією.

Третє визначення соціального підприємництва використовується в більшості міжнародними приватними та громадськими фондами, створеними задля розвитку та підтримки даного напрямку соціально-економічної діяльності. Такі відомі та дієві фундації як Schwab Foundation for Social Entrepreneurship (Швейцарія), Skoll Foundation (США) та Ashoka Foundation (Індія) визначають соціальне підприємництво радше як інноваційну підприємницьку діяльність задля соціальних перетворень в суспільстві та громадах. Відмінністю даного підходу є те, що на перше місце виходить лідер – соціальний підприємець. Діяльність багатьох організацій – це пошук соціальних новаторів по всьому світі, створення сприятливих умов для їх праці, їх підтримка та визнання. І тут, переважно, суб'єктом соціального підприємництва є людина та її діяльність. Форма організації справи не має

значення і може різнитися: від ініціативної групи в громаді до приватного бізнесу або науково-дослідного інституту.

Підсумовуючи вищезгадане, маємо соціальне підприємництво як діяльність НПО задля самофінансування, соціальні підприємства як бізнес-структури, та соціальних підприємців як лідерів та новаторів. Це тільки загальні тенденції і межі між визначеннями занадто розмиті, щоб чітко відокремлювати всі поняття одне від одного.

Отже, можна стверджувати, що явище соціального підприємництва виразилось в Україні в якості міжнародних донорських організацій і запропоноване українським НПО як один із інструментів розвитку їх фінансової сталості. Існує думка, що український «третій сектор» суспільства сформований та підтримується переважно завдяки діяльності міжнародних донорських структур. Розвинутий громадський сектор – це визначний елемент громадянського суспільства, що виконує важливі соціальні, економічні та контролюючі функції в державі, є також і критерієм рівня демократизації суспільства.

На жаль, за 16 років незалежності в Україні так і не запроваджено дієвого механізму розвитку та фінансування громадських організацій на державному рівні. Тому й виходить, що існування та діяльність тисяч організацій залежить від кількості запропонованих донорами грантів.

За таких умов, розвиток соціального підприємництва для НПО, поряд з розвитком благодійництва та соціальної відповідальності бізнесу стає одним із способів їхнього виживання та самофінансування, а також способом позбавлення від залежності щодо своєї діяльності. Тому, для більшості українських організацій, соціальне підприємництво – це підприємницька діяльність неприбуткових організацій, дохід від якої використовується на реалізацію місії. Тобто, говорячи про соціальне підприємництво в Україні, ми говоримо про діяльність НПО.

У даному контексті конкретизуємо приклади впровадження соціального підприємництва в Україні.

Відповіддю на це може стати аналіз 15 проектів з соціального підприємництва, що були підтримані проектом «Мережа громадянської дії в Україні» в рамках грантової програми інноваційного фонду. Одним з ключових напрямків діяльності Проекту UCAN є розвиток фінансової життєздатності організацій громадянського суспільства через зміцнення стабільності фінансування, започаткування нових партнерських відносин з місцевими джерелами фінансування, розширення повноважень та впровадження новітніх механізмів, що сприятимуть мобілізації місцевих ресурсів. Однією з ініціатив, започаткованих UCAN в цій сфері, є розвиток соціального підприємництва як механізму самофінансування та підтримки діяльності організацій громадянського суспільства.

У власній діяльності UCAN користується таким визначенням соціального підприємництва:

Соціальне підприємництво – підприємницька діяльність неприбуткової організації, дохід від якої спрямовується на реалізацію місії або статутних цілей організації [89].

Відповідно до визначення, характерними ознаками соціального підприємництва є:

- наявність соціально-важливої місії, якою керується організація;
- отримання доходу, який використовується на фінансування діяльності НПО;
- досягнення соціального ефекту для покращення якості життя цільової групи;
- застосування нових, інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем.

Досягнути соціального ефекту соціальні підприємства можуть наступним чином:

- залучаючи цільову групу до надання послуг та вироблення товарів тим самим вирішуючи проблеми ресоціалізації, адаптації, терапії, працевлаштування, тощо;

– надаючи якісні послуги та товари представникам цільової групи на пільгових умовах, тим самим задовольняючи їх потреби та покращуючи якість життя;

– реалізуючи підприємницьку діяльність без будь-якого залучення цільової групи та направляючи доходи від такої діяльності на підтримку соціальної місії НПО;

– застосовуючи інноваційні підходи до вирішення проблем, що реально поліпшать соціальне становище широких верств населення та цільової групи в тому числі.

Підтримуючи розвиток соціального підприємництва, протягом 2004-2005 рр. USAN надав соціальним підприємствам п'ятнадцять грантів на фінансування інноваційних проектів на загальну суму близько 140 тис дол. США. Розвиток та підтримка такої діяльності НПО сприятиме формуванню надійних та сталих джерел самофінансування організацій громадянського суспільства в Україні.

З 2006 р. USAN розвиває напрямок соціального підприємництва через розробку широкого спектру інструментів та вироблення комплексного підходу щодо підтримки інноваторів третього сектору. Підґрунтям до розробки такої програми буде дослідження стану соціального підприємництва в Україні.

Починаючи з червня 2004 р., ґрунтова підтримка надавалася організаціям, що пропонували застосування підприємницьких механізмів задля вирішення соціальних проблем громади, а також задля фінансової стабільності НПО.

Організаціям пропонувалося заповнити аплікаційні форми, що містили такі питання, як опис підприємницької діяльності, опис продукції або послуги, аналіз ринку та покупців, інші. Крім того, заявники мали також заповнити таблиці, що створювали певні фінансові прогнози та містили фінансові результати. Таким чином, аплікаційні форми більше походили на бізнес плани.

Оцінка проектів відбувалася враховуючи наступні критерії:

1. Важливість проблеми та реалістичність шляхів її вирішення;

2. Реалістичність та можливість підприємницької діяльності, запропонованої НПО (юридичні аспекти);
3. Фінансові показники – точка беззбитковості, рентабельність, власний внесок;
4. Соціальний ефект від реалізації проекту;
5. Організаційна спроможність;
6. Інноваційність підходу [174, с. 20].

Слід відзначити, що хоча найважливішим критерієм оцінки були рівень соціального ефекту, багато проектів відхилялося саме зважаючи на фінансові прогнози, надані організаціями. Після попереднього затвердження проектів, велася консультаційна підтримка щодо вдосконалення проектів та надання їм більшої реалістичності, перераховувалися фінансові показники та прогнози, впорядковувалися робочі плани.

Таким чином, було проведено 4 конкурси на фінансування проектів з соціального підприємництва і було підтримано 15 проектів на загальну суму приблизно 140 тис. дол. На цьому етапі завершилися 5 проектів.

Відповідно, вималювалася картина щодо прогнозованих моделей становлення та розвитку соціального підприємництва в Україні.

1. НПО надає послуги та діє в межах статутної діяльності;
2. НПО реалізує продукцію/послуги через приватного підприємця (або іншу підприємницьку структуру);
3. НПО в партнерстві засновує підприємство, частину доходу передбачається направляти на діяльність НПО;
4. НПО засновує підприємство, на якому працюють інваліди (не менше 50%). В подальшому, підприємство може мати пільги по оподаткуванню.

Кількісне співвідношення даних моделей, які були пропоновані підприємцями в рамках опитування зображене на рисунку 3.3.

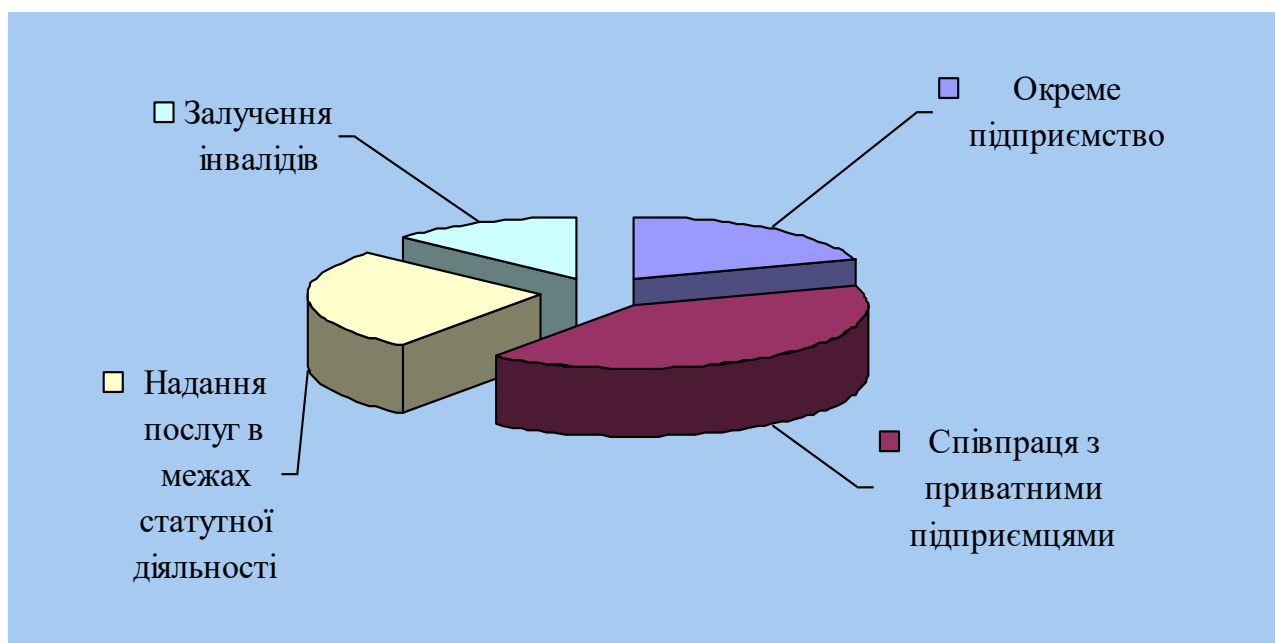


Рис. 3.3. Перспективні моделі розвитку соціального підприємництва

Розглянемо дані моделі більш детально.

Модель I. НПО надає послуги та діє в межах статутної (основної) діяльності. У Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств» № 334 надано визначення основної діяльності. Згідно цього, до основної діяльності також включається продаж неприбутковою організацією товарів (послуг), які пропагують принципи та ідеї, для захисту яких було створено таку неприбуткову організацію, та які є тісно пов'язаними з її основною діяльністю, якщо ціна таких товарів (послуг) є нижчою за звичайну або коли така ціна регулюється державою. Незважаючи на цю, досить зрозумілу норму, законодавства, більшість НПО, поки не використовують її за наступних причин:

- потрібно постійно доводити податковій, що продажі тісно пов'язані з основною діяльністю НПО;
- потрібно мати, що продавати (товари чи послуги). Серед організаторів НПО побутує оманлива думка, що у рамках їх організацій виробництво товарів взагалі неможливе, в той час, як можливість надання послуг усвідомлює

переважна більшість. Єдине, що викликає стурбування, так це встановлення ціни на них (як довести податковим органам, що вони нижчі);

– необізнаність щодо документального оформлення продажів (тут можливі варіанти: договір товарного кредиту або загалом цивільно-правові договори про надання послуг неприбутковою організацією тощо).

Безперечно, існують приклади, коли надходження від продажу послуг оформлюються відповідно до наданих послуг. В призначенні платежу пишеться «за ... послуги», але все ж НПО уникають поки «прямих» продажів. Що ж роблять ці НПО для того щоб заробити кошти? Вони усно укладають домовленість про те, що НПО надає послуги, а інша особа (підприємство, установа, організація, фіз. особа тощо) сплачують на рахунок організації через банк добровільний внесок або благодійний внесок тощо (в залежності від коду неприбутковості цієї організації). За такою ж схемою працюють більшість організацій – партнерів UCAN.

Модель II. НПО реалізує продукцію/послуги через приватного підприємця (або іншу підприємницьку структуру). Дана модель певним чином перекликається з попереднім прикладом. Відмінною рисою є те, що з самого початку реалізації проекту, товари та послуги передбачається реалізовувати через приватного підприємця, зазвичай, активного члена НПО. Останнє є бажаною умовою, так як слугує певною гарантією, що частина доходу від реалізації товарів/послуг буде направлена на підтримку НПО. Звісно, такі економічні відносини можна закріпити цивільно-правовим договором. Із 15 партнерів проекту UCAN, 6 НПО працюють саме за цією схемою.

Модель III. НПО в партнерстві засновує підприємство, частину доходу якого передбачається направляти на підтримку організації. Серед партнерів UCAN 2 організації вирішили піти таким шляхом. Реєстрація підприємств в обох випадках зайняла приблизно 6 - 9 місяців. В першому випадку зареєстровано товариство з обмеженою відповідальністю. Засновники: фізична особа – директор НПО та НПО, яке внесло 90 % статутного капіталу.

Отримані перші замовлення, сплачуються податки та виплачуються зарплати. У другому випадку зареєстровано підприємство об'єднання громадян, засновником якого виступає виключно громадська організація інвалідів. Це підприємство – перший етап. Наступним етапом стане звернення до міжвідомчої Комісії з питань діяльності підприємств та громадських організацій інвалідів, що має повноваження надавати підприємству певного статусу з пільговим оподаткуванням.

Модель IV. НПО засновує підприємство, на якому працюють інваліди (не менше 50%). В подальшому, підприємство може мати пільги по оподаткуванню (Закони України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні» та «Про оподаткування прибутку підприємств»).

Такі підприємства звільнені від сплати податку на прибуток та ПДВ, також мають пільги щодо сплати обов'язкових внесків. Наразі, тільки одна організація із партнерів USAN працює за цією схемою. На даному підприємстві мають працювати не менше 50% інвалідів, а фонд заробітної плати цієї категорії не повинен бути меншим за 25% від загального. За даними Національної Асамблеї інвалідів України таких підприємств зареєстровано більше 400 в Україні. В більшості, це підприємства та організації, що залишились працювати ще з радянських часів, об'єднаних колись в єдину мережу УТОГ та УТОС. Пільгове оподаткування та певна комплектація матеріальної бази надає цим підприємствам переваги в підприємницькій діяльності. Перешкодами тут стають відсутність навичок ефективного управління, маркетингу, контролю якості та поділу ризиків.

Кожна із описаних моделей має як недоліки так і переваги.

1. Співпраця з приватним підприємцем не зовсім прозорий спосіб щодо звітності. Більша частина оплати за товари-послуги може надходити готівкою. Організації часто приймають готівку, а не пропускають її через свій рахунок. Але це найпростіший спосіб ведення підприємницької діяльності, і організації надають йому перевагу.

2. У випадку з прямими продажами послуг-товарів, на перший погляд

менше проблем, але з НПО на це мало хто наважується. Є випадки, коли перед тим, як реалізувати проект, керівники організації приходили у податкову і радилися з інспекторами щодо «основної діяльності». Інколи можна змінити, або «розширити» статут, і тоді займатися підприємництвом.

3. Щодо окремих підприємств, то тут існує ще більше питань: управління, розвиток, комерційна та виробнича діяльність, прибуток та сплата всіх податків, замовлення, якість. Окрім цього необхідним є достойна винагорода персоналу, розподіл прибутку, видатки на розвиток. Це викликає до життя конфлікт бізнесу та НПО неминучий: для бізнесу необхідні кошти на розвиток, для НПО – на соціальні програми.

4. Щодо підприємств інвалідів – питань тут менше: головне ефективно управляти виробництвом і вміти продавати. Але, інколи, це виявляється найскладнішим [175].

Вкажемо на інші перспективні інструменти, що дозволять розвивати соціальне підприємництво в Україні.

1. Заходи з соціального маркетингу – співпраця між бізнесом та НПО, що дозволяє першому збільшувати, наприклад, об'єми продажу завдяки залученню НПО, а другій отримати частину коштів або товарів від бізнесу для реалізації власних програм.

2. Ліцензування (роялті) – договір, що дозволяє іншим суб'єктам використовувати інтелектуальну власність (через використання символіки, логотипів, програм) за плату.

3. Соціальне контактування – договір між місцевою владою та НПО, що передбачає виконання програм, ініційованих НПО, або надання послуг на замовлення держави, фінансованих за рахунок державного бюджету.

Таким чином, розглянувши неприбуткові організації та соціальне підприємництво як перспективний напрям сфери підприємництва в Україні, можна зробити наступні висновки:

– НПО в Україні можуть і здатні займатись соціальним підприємництвом;

- існують реально працюючі моделі та приклади соціального підприємництва;
- існують успішні приклади НПО;
- відбувається ламання стереотипів, що НПО – структура на утриманні донорів;
- вперше можна говорити про певну «гранторентабельність» щодо донорських коштів;
- НПО більше усвідомлюють себе як учасників ринкових відносин, що можуть конкурувати та співпрацювати з бізнесом.

Проблеми, що виникають у зв'язку з організацією НПО, можна поділити на загальні та конкретні. Загальні проблеми більше стосуються до розвитку соціального підприємництва в Україні.

Загальноукраїнськими проблемами розвитку соціального підприємництва є:

- відсутність систематизованої інформації про соціальне підприємництво в Україні;
- відсутність чіткої законодавчої регуляції соціального підприємництва;
- брак лідерів, здатних запроваджувати соціальне підприємництво для НПО;
- пасивність НПО на ринку послуг;
- залежність від грантів: краще писати проекти, ніж щось розпочинати;
- відсутність досвіду та успішних прикладів з соціального підприємництва;
- відсутність центру розвитку соціального підприємництва та донорських організацій, що постійно займаються даним напрямком.

Конкретні проблеми стосуються більше управління вищезгаданих проектів. Серед них можна виділити:

- нестачу навичок підприємництва та ведення комерційної діяльності;
- проблеми із управлінням проектами з соціального підприємництва;

- недостатній термін реалізації проектів (потрібно більше ніж 12 місяців);
- потреби у маркетингових навичках: що продавати, кому, як, за якою ціною, скільки;
- недостатнє фінансування та інвестиції у проекти;
- недостатнє планування діяльності та всіх аспектів ведення бізнесу [181].

Враховуючи вказані чинники, структуруємо напрямки подальшої діяльності для вирішення конкретизованих проблем:

- акумулювання наявної інформації у сфері соціального підприємництва та видання брошур або бюлетенів;
- адаптація закордонного досвіду соціального підприємництва (переклади, конференції);
- налагодження співпраці з податковими органами та проведення консультаційної та ознайомчої роботи;
- розроблення та запропонування тренінгів з соціального підприємництва;
- започаткування центру розвитку соціального підприємництва;
- сприяння активізації донорських структур щодо фінансування даного напрямку;
- активне використання можливостями законодавства щодо здійснення НПО підприємницької діяльності;
- створення коаліції соціальних підприємців;
- організація конкурсу «Соціальний підприємець року», конференцій, семінарів;
- пошук партнерів у даному напрямку за кордоном [1, с. 23]

Якщо говорити про перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні, то можна зазначити наступні компоненти:

Ринок товарів та послуг, що потенційно може зайняти НПО, безперечно

зростає щороку і українські організації все частіше подивляються в бік державних коштів та підприємницької діяльності. Натомість, точну оцінку у фінансових показниках навряд чи можна зараз здійснити.

Сьогодні рівень розвитку соціального підприємництва в світі є доволі високим, і зростає кожного року. Міжнародні контакти громадських організацій розширюються і розвиваються. Існують приклади прямого фінансування проектів з соціального підприємництва іноземними донорами.

Таким чином, громадський сектор України еволюціонує і видозмінюється, і наразі ми є свідками еволюційних процесів в підприємницькій діяльності НПО. Є певні моделі, які можна впроваджувати.

Соціальне підприємництво в Україні має не менший потенціал не тільки серед НПО, а й серед бізнес структур. Сфера малого підприємництва – це потужне поле діяльності для соціальних підприємців. Вже зараз в Україні існують безліч бізнес – орієнтованих людей, здатних сприяти позитивним соціальним змінам та вирішувати соціальні проблеми. Орієнтуючись на потенціал окремого підприємця, його лідерські можливості та бажання бути корисним для суспільства можна ініціювати рух з соціального підприємництва серед таких людей.

Сьогодні маємо безліч прикладів подібних соціальних ініціатив та інновацій, наприклад, започаткування благодійного банку медикаментів встановлення вітряків на фермерських господарствах, інші різноманітні новітні розробки в галузі медицини, промисловості тощо. На перший погляд, в рамках розробки інновацій підприємці витрачають багато часу і на сам винахід, і на його затвердження, схвалення та реєстрацію безліччю державних установ тощо.

З точки зору звичайного ринкового підприємництва, це не дуже раціональний спосіб ведення бізнесу, але у цих підприємців інша свідомість. Переслідуючи певним чином і матеріальні цілі, вони усвідомлюють важливість їх діяльності для суспільства. Вони також талановиті, винахідливі та заповзятливі. І їх набагато більше, ніж ми знаємо або думаємо. Щоб побудити

людину діяти на благо суспільства потрібно, як мінімум, надати їй вибір. Таким вибором може стати для багатьох – соціальне підприємництво.

Соціальний розвиток України силами держави останнім часом викликає великі сумніви і виявляється виключно у поодиноких та не результативних «вливаннях» коштів з різноманітних закордонних грантів, що супроводжується постійним витоком ресурсів різних груп (трудових, наприклад).

Але товари та гроші у формі позик, які Україна отримує, щоб купити ті ж товари, технічна допомога у формі грантів та консультанти, що, в свою чергу, привчають народ до споживання, сподівання на інтеграцію у світову спільноту та адекватне визнання, не сприяють дійсному прогресу країни та нації.

Але які ж перспективи України в такому випадку? Україна має спиратися на власний потенціал – тобто не лишати своїх підприємців, які і мають сформувати багатство нації в широкому сенсі. На цих людей буде покладена відповідальність розвитку економіки, і не тільки. Світовий бізнес все частіше повертається в сторону соціальних проблем як на національному, так і на глобальному рівні. Підприємництво з соціальною метою визнається окремим напрямком економічної діяльності, згадується як «четвертий сектор» в суспільстві. Сподіваємось, що і Україна не залишиться осторонь таких корисних перетворень та ідей.

Але незважаючи на підвищене прагнення підприємця до самостійності, важливим фактором оптимізації підприємництва в Україні має стати корегуючий управлінський вплив не лише на нормативно-правове забезпечення підприємницької діяльності, а й на формування морально-етичних якостей підприємця. Адже процес становлення та розвитку його морально-етичних характеристик здійснюється під впливом ЗМІ, літератури і мистецтва, освіти і т. ін. Важлива роль у цьому процесі належить цілеспрямованій навчальній, просвітницькій та виховній діяльності, організація якої є складовою управління сучасними виробничими і соціокультурними процесами. Не менш впливовими чинниками формування морально-етичних якостей підприємця є родина і школа. При цьому, суспільство зацікавлене у становленні цілісної суспільно

значимої системи морально-етичних цінностей, яка б заохочувала підприємництво, сприяла формуванню позитивного іміджу підприємця, слугувала надійною духовною опорою його успішної підприємницької діяльності [3, с. 14].

У 2008 році Держкомпідприємництво України виходить із пропозиціями про першочергові кроки, які дозволять оперативно вирішити ряд найгостріших проблем підприємництва і радикально покращити бізнес-середовище в країні.

При визначенні першочергових кроків на 2008 рік Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва базується на положеннях Концепції вдосконалення державного регулювання господарської діяльності, схваленої Указом Президента України 03.09.2007 № 816, аналізі стану виконання законів України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців», «Про загальні засади контролю (нагляду) у сфері господарської діяльності» та інших актах законодавства щодо підтримки бізнесу, а також позиції об'єднань громадян-підприємців та їхніх спілок, науковців, міжнародних експертів, відповідних зверненнях суб'єктів підприємницької діяльності про найбільш болючі проблеми підприємців [71, с. 5].

Створення сприятливого середовища для розвитку приватної ініціативи громадян України та надання кожному громадянину можливість для самореалізації потребує створення сприятливих умов для малого та середнього підприємництва. Малі та середні підприємства відіграють одну з провідних ролей у розвитку приватного сектору. Для їх всебічної підтримки мають бути відкоректовані такі характеристики сучасної підприємницької сфери в Україні:

– нормативно-методичне забезпечення поглиблення інноваційної спрямованості розвитку підприємництва, стимулювання розвитку венчурного капіталу, лізингу, запровадження ефективного механізму правової, фінансової,

організаційної, кадрової та освітньої підтримки перспективних інноваційних проектів у сфері малого підприємництва;

- активізація діяльності дозвільних центрів (офісів) з отримання дозволів та погоджень за принципом «єдиного вікна» для провадження діяльності суб'єктів підприємництва, зміцнення організаційного, кадрового та фінансового забезпечення їх роботи;

- забезпечення гарантованого доступу до кредитів для малих і середніх підприємств через розвиток ринку фінансових послуг, формування мережі регіональних фондів підтримки підприємництва та кредитно-гарантійних установ, запровадження ефективного механізму мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва, зокрема шляхом залучення іноземних кредитних ресурсів;

- стимулювання розвитку інфраструктури підтримки підприємництва, яка забезпечуватиме інформаційні, консультативні, науково-технологічні та навчальні послуги для суб'єктів малого підприємництва;

- заохочення об'єднання малих та середніх підприємств у ділові мережі та формування регіональних кластерів підприємств та інституцій;

- вжиття заходів щодо приєднання України до Європейської хартії для малих підприємств, підтримка діалогу між владою та бізнесом, інституційне забезпечення участі фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань, територіальних громад у регуляторній діяльності, створення при Кабінеті Міністрів України Національної стратегічної асамблеї з метою забезпечення діалогу між владою, бізнесом і громадянським суспільством;

- подальше спрощення процедури започаткування та ведення господарської діяльності, в тому числі обґрунтоване скорочення кількості дозволів, ліцензій та реального запровадження принципу «єдиного вікна» і видачу зазначених документів за принципом заяв;

- упорядкування процедури проведення перевірок суб'єктів господарювання, усунення дублювання функцій контролю різними органами,

переорієнтація діяльності контролюючих органів із застосування покарань на запобігання порушенню норм законодавства та профілактику порушень;

- створення системи постійного моніторингу застосування законодавства з метою виявлення та усунення положень, що уможливають корупційні дії;

- формування кадрового потенціалу державної служби, спроможного забезпечувати регуляторну діяльність згідно із сучасними вимогами, запровадження навчальних програм щодо застосування процедур державної регуляторної політики;

- припинення планування надходжень від штрафів при складенні бюджетів усіх рівнів;

- прискорення переходу від обов'язкової сертифікації до оцінки відповідності, приведення процедур, пов'язаних із технічним регулюванням, у відповідність з вимогами СОТ та ЄС, прискорення гармонізації національних стандартів із міжнародними та європейськими.

Так, в рамках дослідження, здійсненого в даному підрозділі ми аналізували основні тенденції та перспективи розвитку підприємництва в Україні, рухаючись шляхом від загальних світових та європейських проблем та тенденцій, їх вираженні на теренах української економіки до власне специфічних тенденцій становлення, якими характеризується український бізнес. В результаті осмислення основних перепон на шляху розвитку українського бізнесу, ми виділили ряд рекомендованих напрямів їх подолання, таких, наприклад, як: підтримка діалогу між владою та бізнесом, зміна регуляторної політики держави, посилення заходів щодо підтримки розвитку малого та середнього підприємництва, розвиток відповідних фондів, корекція освітньої та просвітницької діяльності, зміна економічної свідомості населення, зміна стереотипного ставлення чиновника до підприємця, розвиток соціального підприємництва тощо.

Висновки до третього розділу

Українське підприємництво як суспільне явище не існує ізольовано, а виникло та розвивається як природний компонент глобальної системи світової та європейської ринкової економіки. Ключовими тенденціями загально-цивілізаційного розвитку є *демократизація, гуманізація і глобалізація*, у відповідності до яких визначаються також і ключові тенденції розвитку сфери підприємництва як в світових, так і в національних масштабах.

Особливо показовою і важливою для розвитку світового підприємництва тенденцією, яка знаходить своє вираження і на тлі української економіки, є активне зростання частки малого бізнесу. Стан малого підприємництва на сьогодні став своєрідним індикатором загального рівня розвитку економіки країн через його адаптивний та інноваційний потенціал.

Саме тому, однією з вирішальних умов поглиблення економічних реформ, що проводяться в Україні, здатних вивести країну з кризи, є підтримка малого бізнесу через забезпечення ослаблення монополізму, ефективне функціонування виробництва і сфери послуг, розвиток малого підприємництва, тощо.

Із загальних проблем, з якими стикаються бізнесмени та підприємці всіх регіонів України у власній повсякденній господарській діяльності в якості особливо гальмівних для розвитку підприємництва виділимо наступні: труднощі з реєстрацією відкриття власної справи, дефіцит фінансів, недостатність компетенції сучасних підприємців та низький рівень бізнес-освіти. Окрім того, як ключову проблемну рису українського підприємництва варто відзначити низький рівень соціальної відповідальності, господарської культури та економічної свідомості.

Тому можна зробити висновок, що невідповідність розвитку українського підприємництва європейським та світовим стандартам виражається не тільки в економічних та соціально-політичних проблемах, що гальмують розвиток українського підприємництва, а й в соціокультурних.

Для більш предметного практиологічного дослідження розвитку підприємництва було проаналізовано дану сферу в Запорізькій області. Аналіз відобразив загальні закономірності економічного розвитку регіонів країни, економічний потенціал якої характеризується значними диспропорціями. Окрім загальних тенденцій розвитку та проблем, були виявлені і специфічні для Запорізького регіону. В основному вони розгортаються у соціокультурній площині та визначені тиском «радянського» менталітету, як на діяльність підприємців, так і на діяльність чиновників з якими підприємницька діяльність вимушено пов'язана.

Також, на тлі Запорізького регіону дуже яскраво виразилась така проблема становлення та розвитку підприємництва, як тінізація національної економіки. Не знаходячи способів подолання проблеми на шляху організації власного легального бізнесу, відчуваючи численні перепони з боку держави більшість підприємців «уходять в тінь».

Позитивні риси розвитку підприємництва на тлі специфіки Запорізького регіону більшою мірою концентруються в раках таких тенденцій: збільшення кількості зареєстрованих підприємців протягом останніх років, зміцнення інфраструктури підтримки підприємництва; збільшення обсягів діяльності підприємств; позитивні просування в реалізації регуляторної політики та прийнятті відповідних місцевих регуляторних актів тощо.

З огляду на означені проблеми, що стоять на шляху розвитку сфери підприємництва в Україні, можна зазначити, що комплекс першочергових заходів, спрямованих на розвиток підприємництва в

Україні, повинен здійснюватися в наступних напрямках: нормативно-правовий; інформаційно-технічний; фінансово-кредитний; організаційний; кадрове і консультаційне забезпечення; зовнішньоекономічна діяльність.

Також у державній програмі повинні бути відображені механізми грошово-кредитної, податкової, бюджетної і цінової політики, матеріально-технічного постачання, системи офіційних гарантій, які забезпечували б створення рівних стартових умов в розвитку підприємницької діяльності.

Окрім того, перспективним напрямком розвитку підприємництва в Україні є формування вільних економічних зон та розвиток соціального підприємництва.

ВИСНОВКИ

У запропонованій дисертаційній роботі створена цілісна соціально-філософська концепція феномена підприємництва та механізмів його становлення в сучасних українських умовах, сформована на засадах принципів синергетики і холістичного підходу. Обраний методологічний інструментарій є найбільш оптимальним для дослідження глибинних, внутрішніх, самоорганізаційних чинників розгортання підприємництва.

Уточнено сутність підприємництва і підприємницької діяльності. Першим позначається складний багатогранний соціально-економічний феномен, сукупність норм, інститутів і процесів, орієнтований на максимальне задоволення комплексу людських потреб: споживання і творчої самореалізації, а другим – ініціативна, творча практична активність людини, яка є привабливою для її суб'єкта через його потребу в самореалізації і соціальному успіху і затребуваною в суспільстві через потребу громадськості до споживання.

Спираючись на створену авторську концепцію підприємництва і на тлумачення синергетичного дискурсу як сукупності різних тлумачень певного суспільного явища, які обмежені рамками синергетичної парадигми і відповідають основним принципам теорії і методології самоорганізації складних систем, в дисертації ще раз підтверджено, що саме явище підприємництва споріднене синергетичній діяльності – через властиві їм обом інноваційність, нелінійність мислення, емерджентність, потребу в злагодженій командній співпраці для досягнення високих результатів.

Визначений синергетичний дискурс сучасного підприємництва – це теоретико-методологічний комплекс, ядром якого є філософська модель детермінації сучасної підприємницької діяльності. Ця модель відображає функціонування самоорганізаційного механізму підприємництва – в його основі лежить самоорганізаційний потенціал, який складається з потреб

підприємця в самореалізації і досягненні соціального успіху і з його здібностей (комплексно втілених у підприємливості) – і відповідної їм потреби пересічних громадян у споживанні.

Самоорганізація підприємництва розгортається від особистісного через поведінковий (у міжособистісному, внутрішньоорганізаційному вимірі) до соціального рівня, при цьому підприємницька поведінка виступає медіатором. На особистісному рівні домінують самоорганізаційні процеси – саморозгортання підприємницьких властивостей і здібностей людини, на соціальному ж до самоорганізації долучаються зовнішні (по відношенню як до особистості, так і до фірми, в якій розгортається її підприємницька активність) управлінські механізми. Співвідношення між самоорганізаційними і управлінськими механізмами визначає ступінь свободи підприємницької діяльності. Одним із найважливіших факторів регуляції соціального рівня підприємництва виступає держава.

Роль державного регулювання сфери підприємництва визначається такими основними аспектами: стимулювання підприємництва; створення обмежуючих рамок для того, щоб дії підприємців не шкодили свободі інших людей, в тому числі й інших підприємців; спрямування діяльності підприємців в таке соціально-корисне русло; ініціативний і стимулюючий вплив на самоорганізаційний процес утвердження підприємницької культури.

У структурному плані державне регулювання підприємницької діяльності представляє єдність чинників прямого впливу (головним із яких є законодавча діяльність і контроль за дотриманням правових норм) і чинників опосередкованого впливу (до яких відносяться система освіти, імідж підприємництва в суспільстві, сформованість підприємницької економічної культури і т.п.). Має воно і ієрархічний вимір – оскільки становить багаторівневу цілісну систему в єдності і послідовному підпорядкуванні загальнонаціонального, регіонального, галузевого і корпоративного рівнів.

Головним критерієм ефективності державного регулювання розвитку підприємництва в сучасних умовах є свобода підприємницької діяльності.

Внутрішня свобода відкриває межі підприємництва, зовнішня свобода їх обмежує. Як внутрішня, так і зовнішня свободи детермінуються глобальними і локальними факторами і має власний ентропійний коридор для саморозгортання.

Створену світоглядну модель детермінації саморозгортання підприємництва було накладено на сучасну українську дійсність, що виявило такі специфічні риси:

- сучасне українське підприємництво розгортається в умовах суперечливого переходу до змішаної ринкової економіки, коли стара система повністю зламана на офіційному рівні, проте залишається дієвою на рівні соціально-психологічної детермінації діяльності;

- функція українського підприємництва в епоху перехідного періоду не тільки пов'язана з економічним відтворенням, але тісно опосередкована соціальними діями, спрямованими на зміну соціальних відносин, а отже і на творення нових соціальних цінностей, символів, смислів;

- впливовою тенденцією на рівні самоорганізаційного потенціалу підприємництва є трансформація організаційної свідомості – оскільки колишнє протиріччя між культурою підприємництва, яка відстоює цінності успіху, індивідуалізму, свободи, ефективності, і культурою громадянською, яка підтримує цінності справедливості соціального устрою, гармонії і гуманності, нині змінюється процесом синтезу обох систем цінностей;

- більшість проблем на рівні державного регулювання підприємництва обумовлені суперечністю між природною потребою в протектораті держави в умовах нестабільної економічної ситуації – і тим, що питання взаємовідносин між підприємцями і різними владними структурами ще далекі від досконалості;

- особливо негативним є низький рівень стимулювання розвитку вітчизняного малого підприємництва, адже відсутність чіткого механізму реалізації державних заходів з підтримки малого бізнесу, утруднення в отриманні фінансової допомоги та кредитів, виробничих приміщень і матеріальних ресурсів поставили малі підприємства в нерівне положення з

великими – що не компенсує високого ступеня ризику сфери малого бізнесу і не відповідає сучасним світовим тенденціям її підтримки.

На зовнішньому офіційно-нормативному рівні українське підприємництво вже стало органічною складовою європейського ринку праці, але на базовому рівні цьому перешкоджає невідповідність вітчизняної підприємницької культури актуальним загальносвітовим тенденціям, нерозвиненість організаційної свідомості і організаційної культури.

Виділені видимі, поверхневі проблеми, які необхідно вирішити, і глибинні перешкоди, які мають вирішитись природним чином (але вирішення яких треба ініціювати). Серед видимих проблем у першу чергу – це: глобальна економічна криза, що в нашій країні накладається на економічну депресію трансформаційного періоду та інфляцію; недосконалість українського законодавства і його мінливість; надмірні податки; недостатність джерел фінансування підприємництва; дефіцит фінансів і проблематичність кредитування власної справи; нерозвиненість інфраструктури (зокрема, банківської і комунікаційної систем забезпечення); слабкість державної підтримки малого бізнесу; професійна невідповідність самих підприємців; проблеми з приміщеннями, реалізацією продукції і з доступом до сировини й матеріалів; складність взаємопорозуміння підприємців із банками і податковою адміністрацією.

Наголошуючи на необхідності приведення законодавчої бази у відповідність із реальними потребами розвитку сфери підприємництва і на розв'язанні істотних економічних та організаційно-процедурних проблем – в той же час треба підкреслити: нічого на цьому зовнішньому рівні не буде радикально міняти без попередніх самоорганізаційних, природних змін у психології і господарській культурі населення.

Необхідно:

– формування сприятливого суспільного клімату з позитивним ставленням і повагою до підприємництва (який є значною мірою похідним від

системи функціонування держави і вирішеності внутрішніх суперечностей в її системі управління);

– позитивний розвиток мотиваційної сфери підприємництва (адже досі на неї впливають здебільшого негативні фактори: матеріальні – несприятливої податкової політики і нематеріальні – невисокий престиж соціального статусу підприємця в суспільстві, яке частіше ототожнює його з нечесними заробітками);

– більш помітна трансформація суспільної свідомості в бік сприйняття і підтримки ринкової економіки, демократії, цінностей свободи і особистісної відповідальності;

– становлення відповідної організаційної культури підприємництва, яка дозволить подолати антиринковий синдром «радянської людини», і сприятиме утвердженню відповідного актуальним тенденціям підприємницького типу особистості.

Першочерговими акторами у виконанні цих завдань стають заклади освіти і виховання – головним чином навчальні заклади, а також наукові установи, заклади культури, засоби масової інформації, які можуть забезпечити реалізацію функції пропаганди певного способу мислення і дій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абаджи А.Р. Підприємництво в Україні. Юридичний і економічний аспекти / Абаджи А.Р., Черняк В.И., Жуковський А.Г. – Одеса, 1995. – 197 с.
2. Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры / Агеев А.И. – М.: Наука, 1991. – 225 с.
3. Акоюн В.Г. Морально-етичні цінності підприємця: формування та розвиток (соціально-філософський аналіз): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філософ. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / В.Г.Акоюн. – К., 2004, – 18 с.
4. Андрущенко В.П. Організоване суспільство. Проблема організації та суспільної самоорганізації в період радикальних трансформацій в Україні на рубежі століть: Досвід соціально-філософського аналізу / Андрущенко В.П. – К.: ТОВ «Атлант ЮЕМСі», 2005. – 498 с.
5. Андрущенко В.П. Сучасна соціальна філософія: Курс лекцій / Андрущенко В.П., Михальченко М.І. – 2 вид., випр. і доп. – К.: Генеза, 1996. – 368 с.
6. Апресян Р. Ценностные контroversы предпринимательства / Апресян Р. // Общественные науки и современность. – 1993. – № 2. – С. 19-29.
7. Арсеенко А.Г. Социально-экономический механизм регулирования трудовых отношений (на примере США, Канады, Великобритании) / Арсеенко А.Г. – К.: Наукова книга, 1995. – 184 с.
8. Арсентьева Г.О. Діалогічний дискурс / Арсентьева Г.О. // Нова парадигма: Журнал наукових праць / [гол. ред. Бех В.П.]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2005. – Вип. 44. – С. 24-29.
9. Аршинов В.И. Когнитивные основания синергетики / Аршинов В.И., Буданов В.Г. // Синергетическая парадигма. Нелинейное мышление в науке и искусстве. – М.: Прогресс-Традиция, 2002. – С. 67-108.

10. Аршинов В.И. Синергетика: эволюционный аспект / Аршинов В.И., Буданов В.Г. // Самоорганизация и наука: опыт философского осмысления. – М.: Арго, 1994. – С. 229-242.

11. Астафьева О.Н. Проецирование синергетического подхода на социокультурную практику: массовая культура как феномен переходных периодов / Астафьева О.Н.// Социальная синергетика: теоретические и практические аспекты. Сборник научных трудов [под общ. ред. д. филос. н., проф. В.П.Шалаева]. – Йошкар-Ола: МарГТУ, 2004. – С. 12-37.

12. Бевзенко Л.Д. Социальная самоорганизация. Синергетическая парадигма: возможности социальных интерпретаций / Бевзенко Л.Д. – К.: Институт социологии НАН Украины, 2002. – 437 с.

13. Бех В.П. Генезис соціального організму країни: Монографія / Бех В.П. – 2-е вид., доп. – Запоріжжя: Просвіта, 2000. – 288 с.

14. Бех В.П. Философия социального мира: гносеологический анализ / Бех В.П. – Запорожье: Тандем-У, 1999. – 284 с.

15. Бех В.П. Фірма в дискурсі організмової ідеї: Монографія / Бех В.П., Гашенко А.В. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. – 376 с.

16. Бичко А.К. Феномен української інтелігенції: Спроба екзистенціального дослідження / Бичко А.К., Бичко І.В. – Дрогобич, 1997. – 116 с.

17. Білоус О. Стратегічний менеджмент (Введення до теорії) / Білоус О., Рогач В. // Вісник Академії наук України. – 1992. – №6. – С. 41-48.

18. Білуха М.Г. Основи наукових досліджень: Підручник для студ. екон. спец.вузів / Білуха М.Г. – К.: Вища школа, 1997. – 271 с.

19. Болотова В.В. Ділова культура як культура підприємців / Болотова В.В. // Культура народів Причорномор'я. – 2004. – №50. – Т.2. – С. 122-125.

20. Бондаренко О.В. Сутність, історія та сучасність української та західноєвропейської економічної ментальності / Бондаренко О.В. – Запоріжжя: ЗНТУ, 2005. – 253 с.

21. Бранский В. П. Теоретические основания социальной синергетики / Бранский В.П. // Вопросы философии. – 2000. – № 4. – С. 112-129.
22. Бранский В.П. Социальная синергетика и акмеология / Бранский В.П., Пожарский С.Д. – СПб.: Политехника, 2001. – 159 с.
23. Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс / Бусыгин А.В. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 608 с.
24. Василькова В.В. Порядок и хаос в развитии социальных систем: (Синергетика и теория социальной самоорганизации) / Василькова В.В. [оформл. обложки Шапиро С., Олексенко А.]. – СПб.: Изд-во «Лань», 1999. – 480 с. – (Серия: «Мир культуры, истории и философии»).
25. Вебер М. Избранные произведения / Вебер М. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
26. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму / Вебер М. – К.: Основи, 1994. – 261 с.
27. Возна Л. Солодкість і гіркота свободи / Возна Л., Муляр В. // Віче. – 1996. – № 1. – С. 110 – 122.
28. Ворона В.М. Предприниматель как объект социологического исследования / Ворона В.М. // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. Ворона В.М., Суименко Е.И. – К.: Ин-т социологии, 1995. – С. 28-29.
29. Гегель Г.В.Ф. Наука логики / Гегель Г.В.Ф. // Энциклопедия философских наук. – Т. 1. – М.: Мысль, 1974. – 452 с.
30. Глушко Т.П. Філософія економіки: структурно-методологічний аналіз: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філософ. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / Глушко Т.П. – К., 2006. – 17 с.
31. Голованов В.Н. Законы в системе научного знания / Голованов В.Н. – М.: Мысль, 1970. – 231 с.
32. Головаха Е. И. Демократизация общества и развитие личности. От тоталитаризма к демократии / Головаха Е. И., Бекешкина И. Э., Небоженко В.С. – К.: Наукова думка, 1992. – 128 с.

33. Головаха Є.І. Суспільство, що трансформується. Досвід соціологічного моніторингу в Україні / Головаха Є.І. – К.: Ін-т соціології, 1997. – 156 с.

34. Головаха Є.І. Тенденції розвитку українського суспільства (1994-1998 рр.). Соціологічні показники (Таблиці, ілюстрації, коментар) / Головаха Є.І., Паніна Н.В. – К.: Ін-т соціології, 1999. – 151 с.

35. Горбатенко В. П. Стратегія модернізації суспільства: Україна і світ на зламі тисячоліть. Монографія / Горбатенко В.П. – К.: Видавничий центр «Академія», 1999. – 240 с.

36. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144.

37. Грачев М.В. Предприниматель в современной экономике / Грачев М.В. // Общество и экономика. – 1993. – №4. – С. 30-39.

38. Грибов В. Экономика предприятия: Учебник + практикум / Грибов В., Грузинов В. – М.: Наука, 2009. – 400 с.

39. Гугніна Т.О. Моральна регуляція підприємницької діяльності (філософсько-управлінський аналіз): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр.: спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Гугніна Т.О. – К., 2000. – 19 с.

40. Даль В.И. Великий словарь живого великорусского языка / Даль В.И. – М.: Русский язык, 1980. – Т.3. – 556 с.

41. Декарт Р. Избранные произведения / Декарт Р. – М.: Политиздат, 1950. – 712 с.

42. Деловая культура российского общества: «Круглый стол» ученых // Общественные науки и современность. – 1993. – № 3. – С. 17-30.

43. Державна політика з питань дозвільної системи у сфері господарської діяльності. Довідник / Ващенко К.О., Іголкін С.М., Андреев О.В. та ін. – К., 2007. – 216 с.

44. Державна регуляторна політика у сфері господарської діяльності в Україні. Перегляд регуляторних актів / Дашкевич А.В., Іголкін С.М., Мірошніченко О.М. та ін. – К., 2005. – 208 с.

45. Державна реєстрація суб'єктів господарювання: дослідження процедур державної реєстрації та нові нормативно-правові акти. Довідник / Поврознюк В.В., Сенчук Б.В., Акімова І.М. та ін. – К., 2006. – 116 с.

46. Добренко І.А. Психологічні основи розвитку здатності до підприємництва у випускників професійно-технічних навчальних закладів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Добренюк І.А. – К., 2006. – 22 с.

47. Добронравова І.С. Синергетика: становление нелинейного мышления / Добронравова И.С. – К.: Лыбидь, 1990. – 152 с.

48. Договірні відносини між суб'єктами підприємницької діяльності. випуск третій із серії навчально-методичних посібників для суб'єктів малого та середнього підприємництва «Підприємництво та право» / За заг. ред.: к.п.н., доц. Ващенко К.О., Заслуженого економіста України Білоуса Г.М., Гавви Л.В. та ін. – К., 2007. – 252 с.

49. Додонов Р. О. Соціально-філософський аналіз процесу формування та функціонування етноментальності: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філос. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / Додонов Р.О. – К., 1999. – 36 с.

50. Дяченко Я. Я. Логіка упорядкування понятійного апарату і протидії тіньовій економіці / Дяченко Я.Я. // Фінанси України. – 2007. – №12. – С. 41-46.

51. Ермошенко Н.Н. Основные тенденции предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой. / Ермошенко Н.Н., Борсученко Э.И. – К.: УкрИНТЭИ, 1992. – 56 с.

52. Ермошенко Н.Н. Формы предпринимательства за рубежом. / Ермошенко Н.Н., Борсученко Э.И. – К.: УкрНИИИТИ, 1991. – 112 с.

53. Ермошенко Н.Н. Словарь предпринимателя. / Ермошенко Н.Н., Скворцов Н.Н., Назимова Н.К. – К.: УкрИНТЭИ, 1992. – 143 с.

54. Загородній А. Фактори, що визначають розвиток малого бізнесу в Україні / Загородній А., Гром'як Л. // Економіка України. – 1996. – №5. – С. 66-69.

55. Задоя А.А. Основы экономики: Учебное пособие / Задоя А.А., Петруня Ю.Е. – К.: Выща школа, 1998. – 478 с.

56. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України» // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 27. – Ст.363.

57. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» // Відомості Верховної Ради України. – 2009. – № 6. – Ст.21.

58. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України» // Відомості Верховної Ради України. – 2008. – № 27-28. – Ст.253.

59. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо організації статистичних спостережень» // Відомості Верховної Ради України. – 2009. – № 30. – Ст.416.

60. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про податок з доходів фізичних осіб»» // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 52. – Ст.564.

61. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 51-52. – Ст. 447.

62. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 31-32. – Ст.263.

63. Закон України «Про колективні договори і угоди» // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 36. – Ст.361.

64. Закон України «Про кооперацію» // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 5. – Ст.35.

65. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 4. – Ст. 28.

66. Закон України «Про підприємництво» // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 14. – Ст. 168.

67. Закон України «Про податок з доходів фізичних осіб» // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 37. – Ст.308.

68. Закон України «Про податок на додану вартість» // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 21. – Ст. 156.

69. Започаткування підприємницької діяльності: Посібник. [Із серії навчально-методичних посібників для суб'єктів малого та середнього підприємництва «Підприємництво та право»] / За заг. ред. К.О.Ващенко, Г.М.Білоуса, Л.В.Гавви та ін. – К., 2007. – 132 с.

70. Захарова Т.Й. Гуманістичні параметри соціальної активності особи (соціально-філософський аналіз): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук: спец. 09.00.11 «Релігієзнавство» / Захарова Т.Й. – К., 1994. – 21 с.

71. Звіт про діяльність Держкомпідприємництва України у 2007 році / За ред. Ващенко К.О. та ін. – К., 2008. – 165 с.

72. Звіт про діяльність Держпідприємництва України у 2006 році. – К.: ЛОГОС, 2007. – 103 с.

73. Злобина Е.Г. Феномен предпринимательства в массовом сознании / Злобина Е.Г.// Наш деловой человек. – К.: Ин-т социологии, 1995. – С. 28-59.

74. Ильин И.А. О частной собственности / Исупов К., Савкин И. // Русская философия собственности (XVII-XX вв.). – СПб.: СП «Ганза», 1993. – С.

75. Иванов Ю.Б. Вступ до бізнесу / Иванов Ю.Б., Кравченко Ю.І., Хоменко М.М. – К.: Лібра, 1995. – 251 с.

76. Інформація про здійснення Запорізької облдержадміністрацією державної регуляторної політики у 2008 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zoda.gov.ua/ua/1306.html>.

77. Как стать предпринимателем / Сост. Истомин В.П., Гладченко С.А., Холод Б.И., Каменщук В.П. – Днепропетровск: Редотдел облполиграфа, 1990. – 78 с.

78. Капустин В.С. Введение в теорию социальной самоорганизации / Капустин В.С. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 137 с.

79. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы / Карлоф Б.; [Пер. с англ.; Науч. ред. Приписное В.А.]. – М.: Экономика, 1991. – 240 с.

80. Кемпбелл Р. Макконнелл. Экономикс / Кемпбелл Р. Макконнелл, Стенли Л. Брю. – М.: Туран, 1996. – 800 с.

81. Клименюк О.В. Методологія та методи наукового дослідження: Навчальний посібник / Клименюк О.В. – К.: Міленіум, 2005. – 186 с.

82. Ключко Ю.А. Исследование условий формирования и развития малого бизнеса в Украине: научный отчет / Ключко Ю.А. – К.: НИИС, 1995. – 48 с.

83. Князева Е.Н. Саморефлексивная синергетика / Князева Е.Н. // Вопросы философии. – 2001. – № 10. – С. 99-113.

84. Кодник О.В. Малые предприятия / Кодник О.В. – М.: Экономика и МНПП «ЭСИ», 1992. – 64 с.

85. Козловська Г.В. Організаційна свідомість: діалектика індивідуального і суспільного: Дис. ... канд. філос. наук: 09.00.04 / Козловська Ганна Вікторівна. – К., 2006. – 195 с.

86. Колков А.И. Гармония и взаимодействие / Колков А.И. // Самоорганизация в природе. Вып. 2. Проблемы самоорганизации в природе и обществе: В 2-х т. / Под ред. В.А.Дмитриенко, О.С.Разумовского: Мат-лы семинара «Поиск связи между разными способами построения систем». – Т.1. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 1998. – С. 86-95.

87. Конституція України (прийнята на V сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р.). – Запоріжжя, 1996. – 55 с.

88. Костомаров Н. И. Две русские народности / Костомаров Н.И.; [оброб. текста и ред. А. П. Ковалевой, авт. пред. В. А. Дорошенко]. – Киев-Харьков: Майдан, 1991. – 324 с. – (Бюро пропаганды худож. лит-ры Союза писателей Украины).

89. Котлер Ф. Основы маркетинга и менеджмента / Котлер Ф. – М.: Прогресс, 1990. – 779 с.

90. Кохановський В.П. Філософія і методологія науки: Учебник для вищих навчальних закладів / Кохановський В.П. – Ростов н/Д.: «Феникс», 1999. – 158 с.

91. Красилова Ю.В. Психологічні чинники підприємницької активності особистості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології» / Красилова Ю.В. – К., 2004. – 16 с.

92. Краткий психологический словарь / Под общ.ред. Петровского А.В., Ярошевского М.Г. – 2 изд. – Ростов н/Д.: «Феникс», 1999. – 512 с.

93. Крохмаль Н.В. Історичні форми саморегуляції соціального процесу / Крохмаль Н.В. – Запоріжжя: Просвіта, 2004. – 144 с.

94. Крушельницька О.В. Методологія та організація наукових досліджень: Навч. посібник / Крушельницька О.В. – К.: Кондор, 2003. – 192 с.

95. Кубай Н.Є. Становлення і розвиток приватного підприємництва у перехідній економіці (на прикладі України): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.01.01 «Економічна теорія» / Кубай Н.Є. – Львів, 1999. – 18 с.

96. Кульбіда Н.М. Особистісні детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Кульбіда Н.М. – К., 2005. – 20 с.

97. Кун Т. Структура научных революций / Кун Т.; [Пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1977. – 300 с.

98. Кунявский М.Б. Сознание и трудовая деятельность (ценностные аспекты сознания, вербальное и фактическое поведение в сфере труда) / Кунявский М.Б., Моин В.Б., Попова И.М. – К.-Одесса: Вища школа, 1985. – 188 с.

99. Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики / Леонтьев А.Н. – М.: АПН РСФСР, 1981. – 496 с.

100. Лутай В.С. Основной вопрос современной философии: роль синергетической парадигмы в решении острых проблем XXI века / Лутай В.С. – К.: Издатель – ПАРАПАН, 2004. – 215 с.

101. Ляпін Д.В. Щодо готовності підприємницької спільноти впливати на рішення органів державної влади та місцевого самоврядування (вересень – жовтень 2006) / Ляпін Д.В. – К.: Інститут конкурентного суспільства, 2006. – 52 с.

102. Ляпін Д.В. Щодо готовності підприємницької спільноти впливати на рішення органів державної влади та місцевого самоврядування (вересень – жовтень 2006) / Ляпін Д.В. – К.: Інститут конкурентного суспільства, 2007. – 60 с.

103. Макеева В.Г. Культура предпринимательства: Учебное пособие / Макеева В.Г. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 218 с.

104. Макушинська Г.П. Осмислення норм християнської моралі в процесі становлення української національної свідомості напередодні третього тисячоліття / Макушинська Г.П. // Філософські, культурологічні, релігіознавчі аспекти осмислення сучасного світу: Наук.-метод. зб. / Відп. ред. В.М. Барякін. – Вип. 1. – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2000. – С. 267-273.

105. Малюта А. Бизнес, информация и интеллектуализация социума / Малюта А., Галицкая В. // Бизнес-информ. – 1997. – №1. – С. 11.

106. Матеріали для учасників форуму «Влада і бізнес-партнери». – К., 2007. – 36 с.

107. Медіа-звіт про проведену інформаційно-пропагандистську роботу з реалізації програми часткового відшкодування відсоткових ставок за кредитами, що надаються суб'єктам малого та середнього бізнесу на реалізацію інвестиційних проектів по Україні за 9 місяців 2008 року [Електронний ресурс]. –

Режим

доступу:

http://dkrp.gov.ua:8080/control/uk/publish/article?art_id=106865&cat_id=53992.

108. Международное предпринимательство: Анализ зарубежного опыта / Хвойник П.И., Аджубей Ю.В., Артемьев И.Е. и др.; Рос. акад. наук. – М.: Наука, 1992. – 204 с.

109. Миллер А.И. Национализм и формирование наций. Теоретические исследования 80-90-х годов / Миллер А.И. // Нация и национализм: Проблемно-тематический сборник / РАН ИНИОН. Ц-р соц. науч.-информ. исслед. Отд. политологии и правоведения, Ин-т сравнит. политологии; Отв. ред. вып. А.И.Миллер и др. – М., 1999. – С. 5-18.

110. Міщенко М. Соціально-психологічна атмосфера в українському суспільстві та ставлення до підприємництва / Міщенко М. // Філософська і соціологічна думка. – 1994. – №11-12. – С. 40-41.

111. Мосионжник Л.А. Синергетика для гуманитариев / Мосионжник Л.А. – СПб.: Издательство СПб ИИ РАН «Нестор – История»; Издательство «Высшая антропологическая школа», 2003. – 155 с.

112. Нація і держава. Теоретико-методологічний та концептуальний аналіз: В 2-х кн./ За ред. Ю.Римаренка. – Книга 1. – Київ-Донецьк, 1998. – 391 с.

113. Нестеренко Г.О. Особистість у нелінійному суспільстві: [монографія] / Нестеренко Г.О. – Запоріжжя: Просвіта, 2004. – 140 с.

114. Нестеренко Г.О. Самовідтворення української політичної нації: принципи та механізми: автореф. на здобуття наук. ступеня доктора філос. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / Нестеренко Г.О. – К., 2009. – 32 с.

115. Нестеренко Г.О. Українська політична нація: самоорганізаційні засади становлення / Нестеренко Г.О. – К.: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2007. – 360 с.

116. Ніколаєнко Л.Ф. Соціально-психологічні та економічні процеси формування інноваційних і підприємницьких структур / Ніколаєнко Л.Ф., Шарапатова К.О., Лук'янченко В.В. // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія: Соціологічні науки. – 2006. – № 1. – С. 26-29.

117. Новіков Б.В. Творчість як спосіб здійснення гуманізму: Монографія. – 2-ге вид., переробл. та доповн. / Новіков Б.В. – К.: НТУУ «КПІ», 2006. – 308 с.

118. Овсянкіна Л.А. Мораль в системі економічної життєдіяльності людини і суспільства (соціально-філософський аспект): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філософ. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / Овсянкіна Л.А. – К., 2003. – 20 с.

119. Ожеван М.А. Людський вимір науки та наукові «виміри» людини / Ожеван М.А. – К.: Либідь, 1992. – 175 с.

120. Ожеван М.А. Соціально-реформаторська практика: синергетична перспектива / Ожеван М.А.// Українсько-російські відносини: гуманітарний вимір: науковий збірник [ред. кол.: Пирожков С.І. (голова) та ін.]. – К.: НІУРВ, 1998. – С. 108-130.

121. Основи демократії: Навч. посіб. для студ. вищих навчальних закладів / За заг. ред. Колодій А. – К.: Ай Бі, 2002. – 684 с.

122. Основи економічної теорії: Підручник. В 2-х книгах. – Книга 1.: Суспільне виробництво. Ринкова економіка / [Ніколенко Ю.В., Демківський А.В., Євтушевський В.А. та ін.; Під ред. Ніколенка Ю.В.]. – К.: Либідь, 1998. – 272 с.

123. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес: Учебник для студ. вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / [Анташов В.А., Варшамова В.Г., Зотова Е.С. и др.; Осипов Ю.М. (ред.), Смирнова Е.Е.(ред.)]. – М.: БЕК, 1996. – 476 с.

124. П'ятницька-Позднякова І.С. Основи наукових досліджень у вищій школі: Навч. посібник / П'ятницька-Позднякова І.С. – К.: ІМОЛА, 2003. – 116 с.

125. Павлов Т. Избранные философские произведения / Павлов Т. – В 4-х т. – Т. 1. – М.: Иностранная литература, 1961. – 602 с.

126. Палеха Ю.І. Ділова етика: Навчальний посібник / Палеха Ю.І. – К.: Вид-во Європейського університету, 2001. – 180 с.

127. Пачковський Ю.Ф. Підприємництво в Україні: реалії та перспективи з позицій ряду соціальних груп / Пачковський Ю.Ф. // Студії політологічного центру «Генеза». – 1995. – №5. – С. 308-310.

128. Пачковський Ю.Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки / Пачковський Ю.Ф. – Львів: «Світ», ЛОНМІО, 2000. – 272 с.

129. Підприємцю про підприємництво. Зарубіжний досвід / Плоткін Я.Д., Дубодєлова А.В., Захарчук О.В., Т.С.Пурха Т.С. – Львів: Вільна Україна, 1993. – 124 с.

130. Пісковий В. Шлакові абсурди, або Роль звалища в суспільно-політичному житті регіону / Пісковий В. // Дзеркало тижня. – 2006. – №1 (580). – 14-20 січня.

131. Побірченко Н.А. Формування особистісної готовності учнів загальноосвітньої школи до підприємницької діяльності: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. психол. наук: 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Побірченко Н.А. – К., 2000. – 39 с.

132. Подкорытов Г.А. О природе научного метода / Подкорытов Г.А. – Л.: Издательство Лен. ун-та, 1988. – 224 с.

133. Подолянюк Л. А. Свобода, яку ми вибираємо / Подолянюк Л.А. // Нова парадигма: Журнал наукових праць / [гол. ред. В.П.Бех]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2007. – Вип. 64. – С. 6-16.

134. Подолянюк Л.А. Свобода вибору особистості / Подолянюк Л.А. // Нова парадигма: Журнал наукових праць / [гол. ред. В.П.Бех]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2006. – Вип. 60. – С. 3-13.

135. Покропивний С.Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник / Покропивний С.Ф., Колот В.М. – К.: КНЕУ, 1998. – 350 с.

136. Попов В.Ю. Український господарський менталітет: сутність і трансформації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук: 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / Попов В.Ю. – К., 2000. – 17 с.

137. Послання від бізнесу до державної влади України. – К., 2006. – 48 с.

138. Постанова Верховної Ради України «Про прийняття за основу проекту Закону України про загальні засади державно-приватного партнерства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1345-17>.

139. Постанова Верховної Ради України «Про прийняття за основу проекту Закону України про внесення змін до деяких законів України щодо сприяння здійсненню підприємницької діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1429-17>.

140. Право власності та майно суб'єктів підприємницької діяльності. – Вип.2 із серії навчально-методичних посібників для суб'єктів малого та середнього підприємництва «Підприємництво та право»/ За заг. ред. Ващенко К.О., Білоуса Г.М., Гавви Л.В. та ін. – К., 2007. – 180 с.

141. Правова освіта підприємців. Методичні рекомендації для суб'єктів малого та середнього підприємництва. Частина I / Ред. кол.: Дашкевич А.В., Ващенко К.О., Білоус Г.М. та ін. – К., 2006. – 208 с.

142. Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Под ред. Вороны В.М., Суименко Е.И. – К.: НАН Украины, Ин-т социологии, 1995. – 182 с.

143. Пропозиції Президента України щодо законодавчого врегулювання проблемних питань у сфері підприємництва. – К., 2007. – 90 с.

144. Пушкин А.А. Способ организации дискурса и типология языковых личностей / Пушкин А.А. // Язык, дискурс и личность: Межвуз. сб. научн. трудов / Редкол.: Сусов И.П. и др. – Тверь: Тверский государственный университет, 1990. – С. 50-59.

145. Ревенко В. Масова приватизація в Україні: очікування та реальність / Равенко В. // Економічний часопис. – 1998. – №1. – С. 3-5.

146. Региональные экономические связи и свободные экономические зоны: Учебное пособие / Макогон Ю.В., Ляшенко В.И., Третьяков С.В., Линьши С.Ю. – Донецк: ДонГУ, 1999. – 197 с.

147. Рисіч Й.Л. Об'єктивна обумовленість української мирної демократичної революції 1989-1991 рр. та наступний розвиток демократії в Україні (теоретико-політологічний аналіз) / Рисіч Й.Л. // Грані. – 2000. – № 5 (13). – С. 94-97.

148. Робуль О.М. Синергетика – глобальна інтегральна загальнонаукова методологія / О.М.Робуль // Глобалізм глазами современника: блеск и нищета феномена: Материалы докладов и выступлений участников Международной научно-теоретической конференции (26-27 сентября 2002 г.). – Сумы, 2002. – С. 74-76.

149. Розвиток демократії в Україні: Матеріали міжнародної наукової конференції (Київ, 29 вересня – 1 жовтня 2000 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.democracy.kiev.ua/publications/collections.html>.

150. Розвиток демократії та демократична освіта в Україні: Доповіді III міжнародної наукової конференції (Одеса, 20 – 22 травня, 2005 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.democracy.kiev.ua/publications/collections.html>.

151. Розвиток демократії та демократична освіта в Україні: Матеріали II міжнародної наукової конференції (Одеса, 24 – 26 травня, 2002 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.democracy.kiev.ua/publications/collections.html>.

152. Савостьянова М.В. Аксиологический анализ науки: рассуждения о методе / Савостьянова М.В. // Нова парадигма: Журнал наукових праць / [Гол. ред. В.П.Бех]. – К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. – Вип. 83. – С. 10-23 с.

153. Седов Е. Информационно-энтропийные свойства социальных систем / Седов Е. // Общественные науки и современность. – 1993. – №5. – С. 92-101.

154. Сірій Є.В. Соціологія підприємництва / Сірій Є.В., Фареник С.А. – К.: Український Центр духовної культури, 2000. – 258 с.

155. Сірий Є.В. Соціологія: загальна теорія та методологія, історія розвитку, спеціальні та галузеві теорії: Навч. посіб. / Сірий Є.В. – Вид. 3-тє, виправл. та доп. – К.: Атіка, 2009. – 429 с.

156. Скачко О.В. Філософська рефлексія підприємництва / О.В.Скачко // Політологічний вісник: [зб. наук. пр.]. – К., 2008. – Вип. 31. – С. 60-70.

157. Скачко О.В. Провідні тенденції та перспективи розвитку підприємництва в умовах України / О.В.Скачко // Науковий часопис НПУ ім. Драгоманова. Серія 7. Релігієзнавство. Культурологія. Філософія: [зб. наук. пр.]. – К.: НПУ ім. Драгоманова, 2009. – № 21 (34). – С. 258-268.

158. Скачко О.В. – Синергетичний дискурс підприємницької діяльності як предмет теоретичного аналізу / Скачко О.В. // Гілея. Науковий вісник. Збірник наукових праць. – К., 2009. – Випуск 25 – С. 285-293.

159. Словарь русского языка: В 4-х томах. Изд. 3-е, испр. и доп. / Ред.-сост. Евгеньева А.П. – М.: Русский язык, 1999. – Т.3. – 747 с.

160. Словник іншомовних слів / За ред. Мельничука О.С. – К.: Головна редакція УРЕ, 1974. – 776 с.

161. Спиркин А.Г. Философия: Учебник для студ. Вузов / Спиркин А.Г. – 2-е изд. – М.: Гардарики, 2008. – 735 с.

162. Статистичний щорічник України за 1996 р./ Державний комітет статистики України: Відп. за випуск О.Г.Осауленко. – К.: Українська енциклопедія, 1997. – 624 с.

163. Стеченко Д.М. Методологія наукових досліджень: Підручник / Стеченко Д.М., Чмир О.С. – 2 вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2007. – 317 с.

164. Субетто А.И. Методологические основания философии экономики и хозяйства (некоторые аспекты проблемы) / Субетто А.И. // Философия хозяйства. – 2001. – №4 (16). – С. 73-89.

165. Титарчук М.О. Трудова поведінка особистості як підприємницька діяльність: соціально-філософський аналіз: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філософ. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / Титарчук М.О. – Одеса, 2004. – 20 с.

166. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ Л.Л. Вступ до філософії управління: Навч. посіб. / ТОВАЖНЯНСЬКИЙ Л.Л., РОМАНОВСЬКИЙ О.Г., ПОНОМАРЬОВ О.С. –Харків: НТУ «ХП», 2002. – 168 с.

167. Тур М.Г. Проблема інтеграції суспільства в теорії комунікативної дії Юргена Хабермаса: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / Тур М.Г. – К., 1996. – 25 с.

168. Узунов В.Н. Предпринимательская экономика и ее рыночная идеология / Узунов В.Н. // Культура народов Причерноморья. – 2001. – №17. – С. 75-80.

169. Фаренік С.А. Управління як форма зв'язку теоретичних моделей і практичних рішень: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філос. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії» / Фаренік С.А. – К., 2003. – 36 с.

170. Філософія: Навч. посібник / За ред. Надольного І.Ф. – 3-тє вид. – К.: Вікар, 2003. – 457 с.

171. Філософський енциклопедичний словник. – К.: «Абрис», 2002. – 742 с.

172. Філософський словник / [за ред. В.І.Шинкарука]. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Голов. ред. УРЕ, 1986. – 800 с.

173. Фромм Э. Духовная сущность человека. Способность к добру и злу. Глава 6: Свобода, детерминация, альтернативность / Фромм Э. // Философские науки. – 1990. – № 8. – С. 85-95.

174. Хизрич Р. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха – Вып. 1. Предприниматель и Предприимательство / Пер. с англ.; Общ. ред. Загашвили В.С. / Хизрич Р., Питере М. – М.: Прогресс: Прогресс-Универс, 1992. – 157 с.

175. Хоскинг А. Среда предпринимательства. Курс предпринимательства / Хоскинг А. – М.: Международные отношения, 1993. – 352 с.

176. Христофорова О. Ставлення населення України до підприємництва та ринкових відносин в умовах демократизації суспільства Розвиток демократії в Україні: Матеріали міжнародної наукової конференції (Київ, 29 вересня – 1 жовтня 2000 р.) / О.Христофорова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.democracy.kiev.ua/publications/collections/conference_2000/section_2/Khristoforova.pdf.

177. Цикин В.А. Философия самоорганизации сложных систем / Цикин В.А. – Сумы: СГПУ, 2001. – 196 с.

178. Черленяк І.І. Синергетика і проблеми оптимізації державного та соціального управління / Черленяк І.І. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niisp.gov.ua/vydanna/panorama/issue.php?s=s-pp1&issue=2004_1.

179. Чмырь Е.С. Свободные экономические зоны: подходы и классификация / Чмырь Е.С. // Организация и регулирования экономики. – К.: Лыбидь, 1993. – Вып. 113. – С. 130-135.

180. Чуйкин А.М. Разработка управленческих решений: Учебное пособие / Чуйкин А.М. – Калининград: Калинингр. ун-т., 2000. – 150 с.

181. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития; Капитализм, социализм и демократия / Шумпетер Й.А.; [В.С.Автономов (пер. с нем., англ.)]. – М.: Эксмо, 2008. – 863 с.

182. Щербина О.В. Формування механізмів реалізації державної підтримки малого підприємництва в Україні (на матеріалах суб'єктів малого підприємництва): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.02 / Щербина О.В. – К., 1999. – 19 с.

183. Экономика: Учебник по курсу «Эконом. теория»/ Под ред. Булатова А.С. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во БЕК, 1997. – 785 с.

184. Solomon G. Toward a descriptive profile of entrepreneur / Solomon G., Winslow E. // The journal of creative behaviour. – 1988. – V.22. – №3. – P. 162-172.

185. Webster's New Twentieth Century Dictionary // Unabridged Second Edition-Deluxe Color. – N.Y., 1983. – 912 p.