

## ІСТОРИЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

А.С. МОХНЕНКО – к.е.н, Херсонський ДАУ

Процес трансформації економіки України зумовлює необхідність розв'язання правових, економічних, соціальних та організаційних завдань формування ринкової економіки, що об'єктивно потребує поглибленого комплексного аналізу сукупності закономірностей перехідного періоду. Розвиток ринкової системи господарювання в Україні безумовно пов'язаний з процесом становлення й розвитку малого бізнесу. Цей процес характеризується тим, що повільність, складність та суперечливість просування економіки України шляхом ринкових реформ значною мірою зумовлені недооцінкою загальної ролі цього сектора економіки, не повним використанням наукового підґрунтя для визначення особливостей формування соціально-економічного середовища підприємницької діяльності при переході до ринку. У зв'язку з цим, виникає необхідність розробки теоретичних засад становлення малого бізнесу в Україні спрямованого на розкриття змісту і властивостей системи господарювання підприємницького типу. Формування такої системи повинно сприяти ефективному розвитку суб'єктів регіональної економіки взагалі, тобто стати дієвим ринковостворювальним чинником щодо розв'язання проблем перехідної економіки держави.

Але з теоретичних позицій на сьогодні чіткого розуміння економічної сутності підприємництва загалом, малого підприємництва та малого бізнесу зокрема, на жаль, не сформульовано ні в зарубіжній, ні у вітчизняній літературі. Водночас уже закладено наукові засади для глибокої розробки теорії малого бізнесу. Джерелами такої розробки можуть слугувати: по-перше, глибоке та всебічне вивчення історії розвитку економічної думки щодо підприємництва, особливо праць тих учених-економістів, які зробили свій внесок безпосередньо в теорію підприємництва, оскільки, певні здобутки в цьому напрямі вже є в економічній літературі; по-друге, розробці теорії малого бізнесу сприятиме наукове узагальнення сучасної та історичної практики підприємництва, зокрема практики становлення й розвитку малого підприємництва.

Аналіз праць зарубіжних учених дає підстави стверджувати, що теорія підприємництва розвивалася за кількома напрямками. Представники **першого напрямку** пов'язували підприємництво з ризиком. Засновником цього напрямку вважають англійського економіста Річарда Кантільйона (1680-1734), який першим увів у науковий обіг поняття підприємець (з франц. – entrepreneur) та здійснив систематичний аналіз підприємництва. Він розумів підприємництво

як своєрідну економічну функцію і наголошував на ризику як основній властивості підприємництва. Р.Кантільйон визначав підприємця як людину, яка за певну ціну купує засоби виробництва, щоб виробити продукцію і продати її з метою одержання прибутків, і яка, беручи на себе зобов'язання з витрат, не знає, за якими цінами може статися реалізація. До підприємців він зараховував людей з нефіксованими прибутками (ремісників, купців, селян та ін.), тобто тих, хто був зайнятий економічною діяльністю в умовах нестабільності й непередбачуваності цін. Ось чому головним рисами підприємця Р. Кантільйон вважав готовність до ризику, здатність приймати відповідальність за рішення й уміння задовольняти свої інтереси й отримувати прибуток в умовах невизначеності [5, с. 29-30].

Цей погляд розвивали Й. Тюнен і Ф. Найт. Так, зокрема, Й. Тюнен пов'язував підприємницький прибуток не лише як винагороду за підприємницький ризик, а й як винагороду за підприємницьке мистецтво. Основою підприємницького прибутку він вважав діяльність підприємця як новатора. І як новатор-винахідник підприємець отримував нагороду за цю функцію з економічного ефекту від застосування ним певного винаходу. Поєднавши в особі підприємця виконання функцій ризику й реалізації нововведень, Й.Тюнен подолав відому односторонність поглядів Р.Кантільйона щодо функції ризику [10, с. 21-22].

У свою чергу погляди Й. Тюнена розвинув Ф. Найт, який досконало дослідив такі категорії, як ризик і невизначеність та підкреслив різницю між ними. Ризик, за Ф. Найтом, є об'єктивною вірогідністю того, що те чи інше явище відбудеться і його можна визначити кількісно. Натомість невизначеність означає, що прибуток може бути отримано, проте вірогідність такої події неможливо виміряти й обчислити.

**Другий напрям** у розвитку теорії підприємництва пов'язаний з працями відомих західних економістів А.Сміта, Д.Рікардо, Ж.-Б.Сейя, А.Маршалла та ін. Вони зробили внесок у дослідження підприємництва протягом XVШ-XIX ст., що є вагомим, щоправда, не однозначним. Так, Адам Сміт, який перебував під сильним впливом Р. Кантільйона і фізіократів, чимало говорив про роботодавців, майстрів, купців і підприємців, проте не звертав жодної уваги на бізнесменів, які, таким чином, відігравали не значну роль в його аналізі економічних процесів. Більше того, складається враження, що він вважав ці процеси самоініціюючими й самопідтримуючими. Адама Сміта відрізняла схильність до переоцінки значення праці й недооцінки бізнесу, в рамках якого саме здійснювалася праця як така. Він ототожнював власників капіталів і бізнесменів та вірив, що за наявності капіталу, праці й сировини бізнес виникає спонтанно. Адам Сміт розглядав підприємця як власника. Саме цим визначаються його дії в економічному житті, мотивація, поведінка, психологія. Мету підприємницької

діяльності він трактував як отримання підприємницького прибутку [8, с. 332-333].

Жан-Батіст Сей пов'язував підприємництво з організацією людей у межах виробничої одиниці. Він мав особистий досвід у сфері бізнесу, образно сприймав його, чого бракувало іншим класикам-економістам. Для Сея підприємець – це людина, що організує інших людей у рамках виробничої одиниці. Він ставив підприємця в центр процесу виробництва і теорії розподілу, що вплинуло на багатьох теоретиків-економістів [9, с. 87-88].

Альфред Маршалл ототожнював підприємництво з менеджментом. У фундаментальній праці “Принципи економіки” (1890 р.) він особливо наголошував на інноваційному компоненті та активній ролі самого підприємця в застосуванні нових машин і технологічних процесів [7, с. 271-276].

Логічним продовженням перших двох напрямів стала найбільш ґрунтовна та перспективна концепція Й. Шумпетера, яку визначають як **третій напрям** у становленні теорії підприємництва і яка ґрунтується на трьох головних принципах:

- по-перше, функція підприємництва полягає, передусім, у революціонізації та реформуванні виробництва шляхом використання різноманітних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, у відкритті нових джерел сировини, ринків, реорганізації виробництва. Отже, змістом підприємництва є здійснення нових комбінацій факторів виробництва та обігу або різноманітні нововведення;

- по-друге, підприємництво є універсальною загальноекономічною функцією будь-якої економічної системи і поєднується з виконанням інших видів діяльності (управління, наукові розробки, маркетинг тощо) і тому “розчиняється” серед різних спеціалістів. Статус власника в Й.Шумпетера не виступає визначальною властивістю підприємця;

- по-третє, підприємництво є функцією господарсько-політичного середовища, яке визначає його можливості, типи, мотивації.

Отже, центром теорії економічного розвитку Й.Шумпетера є підприємець з принципово новими підприємницькими рисами, що стали рушієм економічного й науково-технічного прогресу в ХХ ст. Бути підприємцем, за Й.Шумпетером, – це “значить робити не те, що роблять інші” і “робити не так, як роблять інші”. Підприємницьку функцію він ототожнював з функцією економічного лідерства і новаторства. Й.Шумпетер щоразу підкреслював, що інновація є паростком підприємництва, а підприємець – творцем і створювачем інновацій.

Виробництво Й.Шумпетер розглядав як певну комбінацію сил і засобів, а завдання підприємця вбачав у тому, аби вчасно й прави-

льно комбінувати їх. На його думку, квінтесенція підприємницької діяльності полягає в тому, щоб ефективно здійснювати п'ять типів нових комбінацій: виробництво нових благ та поліпшення якості наявних; впровадження нових засобів виробництва або комерційного використання наявних товарів; відкриття й освоєння нових ринків збуту; освоєння нових джерел отримання сировини або напівфабрикатів; проведення реорганізації в галузі й створення промислових організацій нового типу.

Підприємець, за Й. Шумпетером, різниться від “простого хазяїна” поведінкою й мотивами господарської діяльності, інтелектом і кругозором, інтуїтивним чуттям і вольовими рисами. Підприємець – це той, хто “прокладає шлях”, “пливе проти течії”, а не “просто хазяїн”, який “іде готовим шляхом”, “пливе за течією”. “Нововведення завжди пов'язане з ризиком, більшість виробників, не відважуються на нього”, – визначав Й.Шумпетер. Для того, щоб досягти нової якості господарської діяльності, потрібно: мати волю і здібності, виділяти визначальні моменти діяльності, бачити їх у реальному світі; бути спроможним “плисти проти течії”, долаючи опір соціальних сил; впливати на інших результатами успіху, духовною свободою, витратами сил та енергії [13, с. 169-170].

Й. Шумпетер наголошував на важливій відмінності адаптивної поведінки, пов'язаної з управлінням наявними у розпорядженні ресурсами. Вчений висунув концепцію творчого руйнування, виділив статичну і динамічну ефективність. Його концепція статичної ефективності перетинається з так званою адміністративною економікою. Під динамічною ефективністю Й. Шумпетер розумів будь-яку тенденцію до розвитку, покладена в основу процесу підприємницької діяльності. Сформулювавши концепцію підприємництва, він показав, що в економічному мисленні того часу було мало новизни і мине ще чимало часу, доки нові ідеї опанують розумом. До того ж, цей процес пов'язаний з особливими труднощами через брак чітких структур і загальноновизнаної термінології.

У праці “Капіталізм, соціалізм і демократія”, Й. Шумпетер знову підтвердив, що сутність підприємництва полягає в тому, щоб впроваджувати нововведення, втілювати в життя інновації. Функція підприємця зводиться до того, аби “реформувати або революціонізувати спосіб виробництва за допомогою використання винаходів чи, в широкому розумінні, через реалізацію невипробуваних технологічних можливостей для виробництва нових товарів або колишніх товарів новим способом за допомогою відкриття нових джерел постачання матеріалів або нових ринків збуту, або через реорганізацію промисловості тощо” [12, с. 132].

З ідеями Й. Шумпетера збігаються погляди Ф. Фон Хайєка, хоча й є значно ширшими. Вищою цінністю, за Хайєком, є особиста свобода, яка дає людині змогу продуктивніше розпоряджатися свої-

ми здібностями та знаннями, інформаційно-економічним потенціалом, а найкращим координатором процесів використання унікальних потенцій індивідів вважається ринок, насамперед механізм ціноутворення, роль якого полягає в забезпеченні індивідів інформацією про перспективні чи несприятливі умови щодо попиту та пропозиції галузі, нові засоби їх задоволення. Носій підприємницької ініціативи є рушійною силою пошуку таких новацій, оскільки прагне до ефективнішого поєднання свого унікального ноу-хау з ринковою ситуацією і, тим самим, до досягнення першості в конкуренції та отримання більшого прибутку. Функція підприємництва зосереджена серед усіх індивідів, проте в сучасних економічних системах виділяються особливі групи людей, “готових випробувати нові можливості”. Щодо поширених нарікань на брак чи недостатність “духу підприємництва” у різних країнах, то вони є наслідком не стільки природних властивостей їхнього населення, скільки обмежень ієрархічного порядку (традицій, звичаїв, соціальних інститутів тощо) [11, с. 96-99].

Концептуальні розробки Й. Шумпетера та Ф. Хайєка, німецьких соціологів М. Вебера й В. Зомбарта, а також представників неоавстрійської школи є основою сучасних західних концепцій підприємництва. Узагальнивши, можна сказати, що підприємство там ототожнюється з виробництвом нових товарів і послуг, підвищенням їхньої якості, творчим пошуком нових комбінацій, запровадженням інновацій, нових технологій, удосконаленням управлінського ноу-хау тощо.

В економічній літературі виокремлюється і **четвертий напрям** у розвитку теорії підприємництва, пов'язаний з підприємницькою формою організації виробництва, з управлінською діяльністю підприємця. Наприклад, сучасні західні економісти пов'язують підприємство передовсім з інноваціями, пошуком і використанням нових можливостей. Так, зокрема, Е. Дж. Долан та Д. Ліндсей під підприємництвом розуміють “процес пошуку нових можливостей, використання нових технологій і нових сфер вкладання капіталу, подолання старих стереотипів та меж”. Водночас автори підкреслюють, що визначати підприємство як четвертий вектор виробництва не зовсім доречно. “На відміну від праці, капіталу та природних ресурсів, підприємство є не вимірюваним. Ми не можемо говорити про ціну “одиниці підприємства”, оскільки такої одиниці немає. Окрім того, на відміну від людських ресурсів, які застарівають, машин, які зношуються, та природних ресурсів, які вичерпуються, винаходи та відкриття підприємців не витрачаються у ході використання. Тому коректнішим вважається визначати підприємство як процес пошуку найкращого шляху поєднання трьох основних факторів виробництва, а ніж його окремих четвертий самостійний фактор” [4, с. 13-15].

Кемпбелл Р. Макконелл та Стенлі Л. Брю підприємницьку здібність розцінюють як “здібність людини використовувати певне

поєднання ресурсів для виробництва товару, приймати послідовні рішення, створювати нововведення й ризикувати” [6, с. 394].

Таким чином, у кожній із наведених концепцій різних періодів історії світової економіки основну увагу акцентовано на окремому аспекті розвитку підприємництва, а цілісної системної характеристики малого бізнесу як категорії в них не вироблено.

Узагальнення наукових підходів до з'ясування сутності підприємництва та становлення малого бізнесу дозволяють дійти висновку, що теорія підприємництва розвивалась за кількома напрямками, які свідчать про труднощі й поліваріантність діяльності підприємця. Є чотири підходи, представники яких пов'язують підприємство з: ризиком; з відносинами власності, що визначають дії підприємця в економічному житті, його мотивацію, поведінку; з функцією реформування виробництва, універсальною загальноекономічною функцією, що поєднується з виконанням інших видів діяльності та з функцією динамічної ефективності; з особливою формою організації виробництва, спрямованого на інновації, з пошуком та використанням нових можливостей підприємницької діяльності.

Вітчизняна економічна теорія розширює та вдосконалює доробки світової науки у галузі малого бізнесу, враховуючи національну специфіку його становлення й розвитку в сучасних умовах.

В Україні поширеним визначенням підприємництва є поняття, дане в законі України “Про підприємство”, а саме: “підприємство – це безпосередньо самостійна, систематична, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку, яку здійснюють фізичні та юридичні особи, зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності в порядку, запровадженому законодавством”. У деяких авторів знаходимо ізоморфне визначення: “Підприємство – це самостійна, ініціативна, постійна здійснювана на власний страх і ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг і торгівлі з метою одержання прибутку” [2, с. 65-68].

Слід зазначити, що таке визначення підприємства й відповідне тлумачення суб'єктів підприємницької діяльності є недосконалими, оскільки в них не розмежовані поняття юридичних і фізичних осіб. Закон вважає суб'єктами підприємницької діяльності юридичних осіб, тобто підприємств, заснованих не лише на приватній, а й на державній та колективній формах власності. Це суперечить самому визначенню підприємства як “безпосередньо самостійній ініціативі, систематичній на власний ризик діяльності... з метою одержання прибутку”. Адже ризикувати підприємець може тільки приватним, а не державним чи колективним майном, оскільки спадкоємна безправність породжує не ризик, а лише безвідповідальність.

Чітке визначення понять “підприємництво”, “підприємницькі відносини” має важливе практичне значення, оскільки від цього здебільшого залежить правильність формулювання самого предмета дослідження. Сутність підприємництва не можна звести лише до особистого фактора. Підприємництво, окрім особистого компонента, має ще й економічну (матеріальну) основу, якою є процес отримання надприбутку, завдяки інноваційній, ініціативній ринковій діяльності.

Рушійними мотивами здійснення підприємницької діяльності є самоствердження і самозбагачення через отримання підприємницького доходу, без чого підприємництво не змогло б самовідтворюватися, задовольняти свої потреби. І, нарешті, підприємництво перетворюється на спосіб життя, стаючи внутрішнім спонукальним мотивом, “безумовним рефлексом”.

Підприємець, який використовує в процесі виробництва нову техніку і технологію та по-новому організує процеси праці й виробництва, отримує прибутковий “продукт вищої якості”. Надприбуток, що створюється в інноваційному ринковому процесі виробництва, є підприємницьким прибутком. Процес отримання такого надприбутку становить глибинну економічну природу й сутність підприємництва, що здійснюється (може здійснюватись) у різних організаційно-правових формах [1, с. 10-17].

Основна функція підприємництва полягає в здатності особливим способом поєднувати, організовувати фактори виробництва – землю, капітал, працю. Тим самим підприємництво визначається як особливий фактор виробництва порівняно з іншими. Функції підприємця полягають у поєднанні, комбінації факторів виробництва. Змістом підприємництва, як зазначав Й. Шумпетер, є “здійснення нових комбінацій” факторів виробництва й обігу або різноманітні нововведення. Ця здатність визначається особистими рисами підприємця та його здібностями.

За масштабами діяльності підприємництво поділяють на мале, середнє й велике. Класифікація за масштабом має винятково важливе значення, тому що дає можливість виявити й проаналізувати сильні і слабкі сторони кожного із перерахованих суб’єктів, визначити оптимальні варіанти їх співвідношення та взаємодії і на цій підставі дати відповідні рекомендації. Світовий досвід господарювання засвідчує, що мале, середнє і велике підприємництво не взаємовиключають, а доповнюють одне одного. Найважливішим складником ринкової економіки має бути функціонування та взаємодія багатьох великих, середніх і малих підприємств, оптимальне їх співвідношення.

Економічна природа малого підприємництва визначається двома чинниками: по-перше, воно об’єктивно існує й розвивається як певна цілісність, як сектор економіки (національного, регіонального, місцевого рівнів); по-друге, воно є особливим типом підприємницької діяльності.

Визначення малого підприємництва як сектора економіки засноване на виявленні єдності двох сторін суспільного виробництва: соціально-економічної та організаційно-технічної.

Перша сторона – це виробничі відносини, які утворюють суспільну форму виробництва. Друга – це продуктивні сили, тобто сукупність матеріально-речових елементів виробництва, робочої сили та форм організації виробництва. Причому третій із цих складників “відображає (відповідно до рівнів кооперування та поділу праці, що склалися) способи і систему концентрації, централізації та спеціалізації виробництва”.

Аналізуючи економічну сутність малого підприємництва, винятково важливо мати на увазі, що саме форми організації виробництва є об’єктивною основою утворення підприємств різних розмірів. “Генетичні коріння походження суб’єктів ринкової економіки, – зазначає Воротіна Л.І., – криються в суспільному розподілі праці й відокремленні споживачів, натомість ринок опосередковано поєднує їх (через обмін і ціноутворення)” [3, с. 4-5].

Таким чином, мале підприємництво є особливим сектором економіки, що утворюється сукупністю малих підприємств і тому є специфічною суспільною формою дрібного виробництва в умовах ринку.

#### Література.

1. Варналій З.С. Державна політика підтримки малого підприємництва: Монографія. – К.: НІСД, 1996. – 130 с.
2. Верховода Л. Підприємництво. Нові форми господарювання // Економіка України. – 1992. – №10. – С. 65-68.
3. Воротіна Л.І. Малий бізнес та підприємництво як засіб адаптації до ринкових форм господарювання. – К.: Знання, 1996. - 36 с.
4. Долан Э.Дж., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель: пер. с англ. В. Лукашевича и др. – С.-Пб.: Экономическая школа, 1992. – 496 с.
5. Кантильон Р. Опыт о природе торговли. – М.: Соцэкгиз, 1959. – 120 с.
6. Макконелл К., Брю С. Экономикс. Принципы, проблемы и политика: Пер. с англ. 2-го изд. – М.: Республика, 1992. – Т.2. – 400 с.
7. Маршалл А. Принципы экономической науки, т. III. / Пер. с англ. – М.: Прогрес, 1993. – 352 с.
8. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. - М.: Соцэкгиз, 1962. – 685 с.
9. Сэй Ж.Б. Трактат политической экономии. – М.: 1996. – 126 с.
10. Тюнен Й. Изолированное государство: Пер. с нем. /Под



ред. А.А. Рыбникова М.: Экономическая жизнь, 1926. – 160 с.

11. Хайек Ф. Дорога к рабству /Пер. с англ. М.В. Гнедовского. - М.: Экономика МП Эконом, 1992. – 176 с.

12. Шумпетер И. Капитализм, социализм, демократия. – М.: Экономика, 1995. – 540 с.

13. Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.

14. Мохненко, А.С. Становлення малого бізнесу регіону та підтримка його розвитку (на прикладі Херсонської області): дис. ... кандидата. екон. наук: 08.10.01 / Мохненко Андрій Сергійович. – Київ, Ради по вивченню продуктивних сил України Національної академії наук України 2002. – 176 с.

#### Анотація

Мохненко А.С. – Історичні напрями розвитку малого бізнесу.

У статті розглядаються основні історичні напрями розвитку малого бізнесу починаючи з перших визначень і до сучасного його стану в Україні. Обґрунтовується значення малого бізнесу, як особливого сектора економіки.

#### Аннотация

Мохненко А.С. – Исторические направления развития малого бизнеса.

В статье рассматриваются основные исторические направления развития малого бизнеса начиная с первых определений и до современного его состоянию в Украине. Обосновывается значение малого бизнеса, как особого сектора экономики.