

УДК 334.012.64

Шеленко Д.І., кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту

Жук О.І., кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту

Мегедин Н.Р., кандидат економічних наук, викладач кафедри обліку і аудиту

Твердохліб В.В., асистент кафедри обліку і аудиту

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ЯК СУЧАСНА ФОРМА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Досліджено проблеми становлення підприємницької діяльності, його функції та стан їх впровадження в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова. Підприємництво, інновації, функції, політична культура.

І. Вступ. Підприємництво являє собою певну форму економічної поведінки, сукупність набутих навичок та вроджених талантів, які дозволяють знайти можливості успішно функціонувати в ринковому середовищі вживаючи заходів для того, щоб використовувати ці можливості для досягнення цілей й отримання економічної вигоди. У теорії економіки, підприємництво визнається як особлива форма діяльності, або як один з чинників (разом з капіталом, землею та працею) факторів виробництва.

Економічне життя в Україні свідчить про те, що підприємництво є основою для соціальних перетворень і основним фактором, який прискорює ріст і структурні перетворення в перехідний період.

Напрямки та проблеми підприємництва розкрито в працях вчених-економістів. Серед вітчизняних науковців варто виокремити Б.М. Андрушківа, Л.М. Васильєву, З.С. Варналія, Ю.Є. Губені, А.П. Кісельова, В.М. Колота, І.Г. Костирка, В.В. Липчука, М.Й. Маліка, С.В. Мочерного, Л.В. Мусіяка, С.Ф. Покропивного, В.О. Сизоненка та ін., серед зарубужних – Р. Кантільйона, А. Сміта, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сея,

А. Маршалла, Д. Шумпетера та ін. З огляду на новітні зміни в економіці, виникає потреба поглибленого дослідження функцій підприємництва, та їх впливу на поведінку підприємців у системі ринкових взаємовідносин.

II. Постановка завдання. Метою статті є дослідження функцій підприємництва з активізацією уваги підприємців на ті фактори, які негативно впливають на їх діяльність.

Метою підприємництва є прагнення до досягнення ефективності з урахуванням поточної діяльності підприємства та створення основи для його подальшого розвитку. Підприємницька діяльність прирівнюється безпосередньо з людиною, підприємцем, оскільки основними характеристиками підприємця є здатність розпізнавати потреби ринку, впроваджувати новаторські ідеї з готовністю ризикувати.

III. Результати. Сутність підприємництва може бути представлена в двох основних площинах – правовій (забезпечення ведення бізнесу згідно чинного законодавства і врегулювання спірних ситуацій, які можуть виникати в процесі підприємницької діяльності) та економічній (безпосередньо процес підприємницької діяльності спекулятивного характеру). В деякому розумінні виключно економіко-правове розуміння підприємницької діяльності не розкриває всієї багатогранності і творчості сутності підприємництва, оскільки в даному випадку підприємець розглядається як той, хто зосереджує свою увагу на продажі продукції за ціною вищою від ціни, за яку її придбано.

Підприємець за своєю природою – це новатор, той, хто продукує ідеї, не боїться втілювати їх у життя та йти на ризик. Дослідженням підприємництва, стилю, характеру та специфіки дій підприємців займаються визначні науковці світу (часто зі схожою метою – вивести модель

«успішного ведення бізнесу», зрозуміти психологію прийняття управлінських рішень тощо).

Класик-економіст, Дж. Шумпетер, який першим ввів поняття інновації в економічній літературі, стверджує, що талант підприємництва полягає у здатності до попереднього руйнування економіки шляхом впровадження нових рішень. Підприємець, на його думку, це той, хто здатний успішно впроваджувати інновації в економіку підприємства та значні зміни у виробничу функцію. При цьому підприємець-новатор не обов'язково мусить бути капіталістом чи власником. Він вважає, що добрі результати може принести лише функціонування підприємств, пов'язане з інноваціями і ризиком [1, с. 150-151].

П. Друкер, який був адвокатом і експертом з теорії інновацій Дж. Шумпетера визначає підприємництво як здатність до інновацій і створення нових способів задоволення потреб. Він вважає, що підприємство стає більш конкурентоспроможною формою і створює новий попит на нову продукцію. На його думку, спеціальним інструментом для підприємця мають бути інновації, за допомогою яких зміни роблять можливість організувати новий бізнес [2, с.14-26].

Наступний крок у аналізі підприємницької діяльності зробив видатний французький економіст Ж.Б.Сей. За його словами, підприємництво – це можливість переміщення ресурсів від нижчих до вищих рівнів ефективності, більш ефективне використання ресурсів, навичок та навичок управління. Він наголошує на творчому характері підприємця [3].

На думку С. Мочерного підприємець є головним господарюючим суб'єктом, який за рахунок сукупності певних рис втілює в практику функцію підприємництва і за свою працю отримує дохід, як мінімум прибуток [4, с. 722].

За твердженням Л. Васільєвої для розвитку підприємництва потрібно враховувати такі особливості середовища як тимчасові та регіональні, надавати рекомендації, що забезпечують якнайкращі можливості розвитку і використання підприємницького потенціалу особистості, опрацьовувати проблему вибору найдоцільніших шляхів і методів розвитку підприємництва, що враховують особливості зовнішніх умов та існуючу реальність економічного розвитку [5].

Підприємництво характеризується виконанням низки функцій, які можна розділити на три основні блоки:

- *Економічні функції*. Їх можна розглядати в двох напрямках: ширшому (охоплює соціально-економічну сферу) та вузькому (охоплює виключно сферу ринку).

З точки зору соціально-економічної функції діяльність підприємця оцінюється за: економічним прибутком (діяльність є ефективною, якщо сума вигод перевищує суму витрат); продуктивністю (підприємець повинен якомога більше працювати для досягнення своїх цілей), ефективністю (з перевагою методу реалізації, вибору відповідних інструментів, які будуть працювати на досягнення на його успішне функціонування).

З точки зору оператора ринку оцінюється успіх на ринку і функціонування ринку (підприємець повинен вижити в конкурентному середовищі при непередбачуваності подій).

- *Соціально – цивільні функції*. Ця особливість в тому, що підприємець, як і будь-яка людина, що живе в суспільстві, не відділений від місця, часу, людей і обставин, в яких вони живуть. Незалежно від того, хочете ви цього чи ні, підприємець має взяти на себе частину відповідальності за функціонування спільноти.

- *Моральні функції.* Кожен підприємець повинен дотримуватись певних моральних цінностей, поважаючи права і культурні норми інших.

Всі ці три функції підприємництва доповнюють одна одну.

Особливої уваги заслуговують відносини між підприємництвом і політичною культурою, яка має допомогти зробити ефективне використання людського капіталу. Не відповідна політична культура підприємництва перетворюється в корупцію. Але і без політичної культури, підприємництво перетворюється на панування держави над суспільством – не тільки знищує демократію, але й в кінцевому підсумку втрачається людський капітал. Відносини між власністю і правом виступають фундаментальними. Власність є важливим вираженням індивідуальності. Якщо ми говоримо про створення будь якого продукту нам потрібен баланс, який ми можемо отримати в за рахунок політичної культури. Це особливо важливо для демократії, як на соціальну і політичну рівні.

Інший зв'язок між політичною культурою та підприємництвом пов'язаний зі здатністю до самокритики і здатністю до компромісів у громадській та політичній діяльності. Здатність до компромісу в контексті суперництва, конкуренції, політичної та економічної, є основою правильної політичної культури. Цей компроміс повинен бути заснований на припущенні, що всі можуть помилятися, а підприємці повинні бути самокритичним відносно своїх власних суджень поведінки. Це є однією із заporук ефективного використання людського капіталу.

Висновки. Отже, дослідження сутності і природи підприємництва має доволі значну історію. В різний період вчені розглядали його залежно від соціально-економічного й політичного середовища діяльності підприємців. Зважаючи на обставини, які впливали на їх діяльність, виокремлювались відповідні функції підприємництва. Необхідність вико-

нання економічних, соціально-цивільних, моральних та інших функцій відображає сучасні реалії становлення підприємництва та виживання в умовах бурхливого конкурентного середовища.

Література

1. Shumpeter J.A. The Creative Response in Economic History \ Journal of Economic History. – 1947. – №7. - P. 150-151.
2. Друкер П. Рынок: как войти в лидеры. Практика и принципы : Пер. с англ. / П. Друкер - М.: СПб., - 1992. – 350 с.
3. Підприємництво. Нові форми господарювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://optikomt.narod.ru/Kurs_lekcij/Economics/111.html
4. Економічна енциклопедія: У 3 т. – Т.2. – К.: Академія, 2001. –848 с.
5. Васільєва Л.М. Поняття і сутність підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/Vddau/2010_1/pdf/38.pdf