

УДК 330.1

JEL Classification: L26

DOI: 10.15587/2706-5448.2020.208941

АНАЛІЗ ДЕЯКИХ МОДЕЛЕЙ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Іванченко В. О.

Об'єктом дослідження є процес формування підприємництва. В роботі розглядалися деякі теоретичні засади цього процесу, функціонування самого підприємництва як системного глобального явища та як виду діяльності. Методологія дослідження спирається на теоретичний та методологічний аналіз наукової літератури, порівнянні різних теорій підприємництва та спостереженні за діяльністю різних підприємців. Також були застосовані опис, аналіз і моделювання, та комбінаторно-логічний підхід до побудови формальних моделей функціонування підприємництва як системного глобального явища та як окремого виду діяльності. Результати даного дослідження показують, що підприємництво є системним глобальним явищем, яке характеризується поєднанням продуктивних сил і виробничих відносин, ціллю якого є досягнення конкретної мети, та у свою чергу, підприємництво це також вид діяльності. У своїй діяльності підприємництво залежить від впливу факторів та преференцій, які є в наявності у нього. Різні фактори, в своїй конкретній ситуації, створюють межі, за які розвиток підприємництва вийти не повинен, але при цьому преференції створюють окремі переваги, пільги чи інші вигоди, які виникають у порівнянні із іншими факторами. Якщо в процесі підприємницької діяльності всі фактори та преференції мають однакову силу, то підприємство розвивається гармонійно. Але, якщо один із факторів набирає більшої сили, а інші її втрачають – виникає монополія, що призводить до негармонійного розвитку підприємництва в сторону політичного, інституційного, соціального чи економічного спрямування. В конкуренції факторів та преференцій постійно спрацьовує закон сили, за яким найбільший вплив завжди має один із факторів чи преференцій, при цьому зменшуючи вплив інших. Практична значимість досліджень полягає в тому, що результати досліджень можуть бути використані в якості довідкового матеріалу для дослідників підприємництва чи самих підприємців для оцінки власної ситуації та перспектив.

Ключові слова: теорія підприємництва, формування підприємництва, суцільне глобальне явище, вид діяльності, закон сили, преференції.

1. Вступ

На сьогодні підприємництво є рушійною силою економіки, а підприємець її ключовою фігурою [1, 2]. Хоча у світову практику підприємництво як економічна категорія була введена близько 1720 р., та теорій підприємництва вже існує більше 80 одиниць [3]. Науковці ще не дійшли до єдиного визначення цього поняття [4] та не досягли єдності в поглядах на самий процес формування підприємництва.

Характеристика деяких теоретичних засад цього процесу та опис функціонування самого підприємництва як системного глобального явища та як виду діяльності надасть можливість узагальнити деякі теоретичні твердження. Тому *об'єктом дослідження* є процес формування підприємництва, а *метою* – розкриття деяких теоретичних засад формування підприємництва.

2. Методика проведення досліджень

Для досягнення поставленої мети використовувався аналіз наукових публікацій з теорії підприємництва та економіки в частині характеристик теорій підприємництва та групування таких теорій за спільними ознаками. А характеристика теорій підприємництва дала можливість визначити два підходи до підприємництва – як до глобального явища та як до окремого виду діяльності. Також у процесі дослідження були використані індукція – для характеристики підприємництва як глобального явища та дедукція – в частині визначення підприємництва як виду діяльності та впливу факторів і преференцій на підприємництво.

Серед основних діалектичних методів пізнання також було використано опис в частині висвітлення преференцій та факторів, що мають вплив на розвиток підприємництва та порівняння – для характеристики дії факторів та преференцій.

3. Результати досліджень та обговорення

Всі теорії підприємництва у своїй більшості зводяться до того, що основною причиною виникнення самого підприємництва є прагнення суб'єкта господарювання досягнення конкретної, тільки йому відомої мети. Для кожного окремого господарюючого суб'єкта, що займається підприємницькою діяльністю, основна мета, або цілі до яких він іде, можуть бути різними. У свою чергу цілі одного підприємця можуть відрізнятися від цілей, що прагне досягти підприємець, який займається поряд такою ж самою діяльністю. Такими цілями можуть виступати і досягнення прибутку, і збагачення, і завоювання ніші на ринку, і збільшення побутових благ, і самовираження чи самореалізація, або конкуренція між партнерами, знайомими, родичами тощо, іншими словами підприємництво функціонує для отримання різноманітних преференцій. І крім цього, саме підприємництво може виступати як системне глобальне явище та як вид діяльності.

Як глобальне явище, підприємництво виникає та функціонує в економіці, основними ознаками якої є виробництво, споживання, обмін та розподіл, а основними принципами виступають приватна власність, свобода підприємництва, особистий інтерес, конкуренція, обмеження ролі держави тощо [5–7]. Але поряд із цим, якщо підходити до визначення буквально, та характеризувати економіку як науку про господарство, управління домашнім господарством і майном, то і вона виникла завдяки підприємництву, як частина системи управління діяльністю. Перші «підприємці», що почали свідомо займатися якоюсь діяльністю для задоволення своїх потреб, працювали притримуючись правил та відповідних законів. В подальшому, ці правила та закони були описані та систематизовані, утворивши економіку. Тобто, для управління підприємницькою діяльністю потрібна була б система, яка пояснювала чому так відбулося, та у деякій мірі могла

спрогнозувати подальший перебіг подій. З цієї точки зору, першим і головним було підприємництво, як діяльність пов'язана із господарством, управління домом і майном (хоча ще і не звалася економікою). В подальшому, сформувавши чітку систему правил та законів, економіка переросла підприємництво та стала головною системою. В цій системі уже підприємництво виступає як суб'єкт, поряд із державою та домогосподарствами, делегуючи основні свої підприємницькі функції (пізнавальна, практична), ознаки (споживання, розподіл, виробництво) та принципи (приватна власність, свобода вибору, особистий інтерес) економіці. При цьому, окремо одне від одного і економіка, і підприємництво функціонувати не можуть. Підприємництво, як системне глобальне явище, проявляється і в домогосподарствах, і в діяльності, та функціонуванні держави. Державу чи домогосподарство можливо виділити в окремі види підприємницької діяльності, тільки із різними кінцевими цілями та можливостями.

Крім того, підприємництво, як глобальне явище, існує в кожній політичній системі, як окрема складова економіки, але і кожна політична система може виступати в ролі підприємництва. Таке підприємництво (політичне) має окрему, специфічну форму, та діє за своїми законами. Тобто, основною ціллю політичної системи, так само, як і в підприємництва – є досягнення конкретної мети.

Найбільш вдала форма політичної влади, в якій проявляється вся сутність підприємництва, є капіталізм, за ним іде демократія. Соціалізм та монархія найменше проявляють сутність підприємництва.

Отже, підприємництво як системне глобальне явище характеризується поєднанням продуктивних сил і виробничих відносин, ціллю якого є досягнення конкретної мети. Відповідно підприємницькими структурами тут можуть виступати і держава, і церква, і політичні об'єднання, і самі підприємці, фірми чи фізичні особи-підприємці.

Як вид діяльності, підприємництво функціонує, будуючи економічну саморегулюючу систему. Така система виникає як результат оперативного реагування підприємництва на зміни. Зміни, що впливають на підприємництво можуть бути не лише в економіці. Вони виникають в глобальних (світових) процесах, інноваціях, технічному процесі, інституціях чи навіть у прояву погодних явищ, що є суттєвими в процесі діяльності підприємництва. Іншими словами підприємництво – це відповідне реагування на ситуацію, що виникнула. Тобто поєднання ресурсів, які є в розпорядженні – людський капітал, фізичний капітал, грошовий капітал, досвід (інтелектуальний капітал), земля, інновації, інститути та інституції тощо у відповідності до ситуації, що складається. Таку теорію поєднання ресурсів описали ще автори робіт [8, 9]. Але, якщо такого поєднання не виникає, то підприємництво не може стало розвиватися, відповідно, і економіка також стало не розвивається. Коли в процесі діяльності у підприємництва в поєднанні ресурсів для сталого розвитку один із їх видів буде відсутнім, то можливо його замінити іншим. Це, в свою чергу, створює перерозподіл ресурсів та переорієнтацію діяльності таких підприємницьких структур.

Але основним і вирішальним в підприємницькій діяльності є кінцевий результат. Вся підприємницька діяльність спрямована на досягнення кінцевого

результату, або деяких преференцій. Такі преференції у підприємництва можуть бути різними та залежати від мотивів початку бізнесу та наявності ресурсів для досягнення поставленої мети.

Завжди в своїй діяльності цілі підприємництва є гармонізованими із витратами на їх досягнення, та фіксуються на якомусь рівні. Якщо отримані результати перевищують очікуваний рівень преференцій та ті цілі, які потрібно було досягти, то таке підприємство стає домінуючим за одним із показників і в подальшому може розвиватися як політичне, соціальне, інноваційне, економічне, інституційне тощо. Такі трансформації добре описані ще автором робіт [10–12].

В підприємницькій діяльності завжди отриманий результат порівнюється із витраченими зусиллями. Якщо розмір зусиль рівний розміру отриманого результату, або коли отримане співвідношення витрат та доходів задовольняють підприємця, то підприємство буде розвиватися в цьому напрямку. А якщо навпаки – витрати великі й результат не задовольняє, то підприємство, або починає працювати за іншим видом діяльності, або взагалі перестає існувати як діяльність.

Відповідно, до поєднання ресурсів та мотивів підприємницької діяльності можливо описати три моделі її розвитку.

1. Є поєднання різних мотивів та ресурсів, які стимулюють економіку до створення різноманітних пільг (законодавче стимулювання розвитку якогось бізнесу, інституційні преференції або створення нових інституцій, що стимулюють розвиток підприємництва).

2. Виникнення перешкод, які підприємству потрібно буде обійти для подальшого розвитку свого бізнесу, в результаті чого може бути створено новий вид підприємницької діяльності, або може бути перепрофільоване виробництво на інший вид продукції чи надання послуг.

3. В процесі підприємницької діяльності підприємець займає нішу на ринку, яка ще ніким не зайнята. Підприємство починає там працювати та розвивати цей ринок. Такий розвиток відбувається до моменту, коли вагомим стає вплив економічних, політичних чи інституційних чинників.

Напрями розвитку підприємництва залежать від власних інтересів та ступеня впливу зовнішніх факторів. Різні фактори, в своїй конкретній ситуації, створюють межі, за які розвиток підприємства вийти не повинен. Якщо розвиток підприємства увесь час знаходиться в цих межах, то можна говорити про гармонійний розвиток для конкретної ситуації. Також існують моменти, коли розвиток відбувається негармонійно. Коли підприємство планує збільшити прибуток, чи зайняти нову нішу на ринку, чи отримати ряд пільг за впровадження соціальних проектів, чи отримати підтримку власних інтересів в політичній сфері, тобто отримати якісь визначені вигоди. Тоді у більшій мірі проявляється вплив одного із факторів, а вплив інших нівелюється. У такому випадку воно розвиватися в напрямку, який будуть проектувати відповідні сили, що мають вплив – економічні, соціальні, політичні чи якісь інші. Всі вигоди, які планує отримати підприємство можна назвати «преференції», тобто переваги, пільги чи інші вигоди, які виникають у порівнянні із іншими факторами. Вся діяльність підприємства під впливом

преференцій – це постійний динамічний розвиток. Якщо в процесі такої діяльності всі сили (преференції) однакові, то підприємство розвивається гармонійно та його розвиток знаходиться в точці рівності (рис. 1).

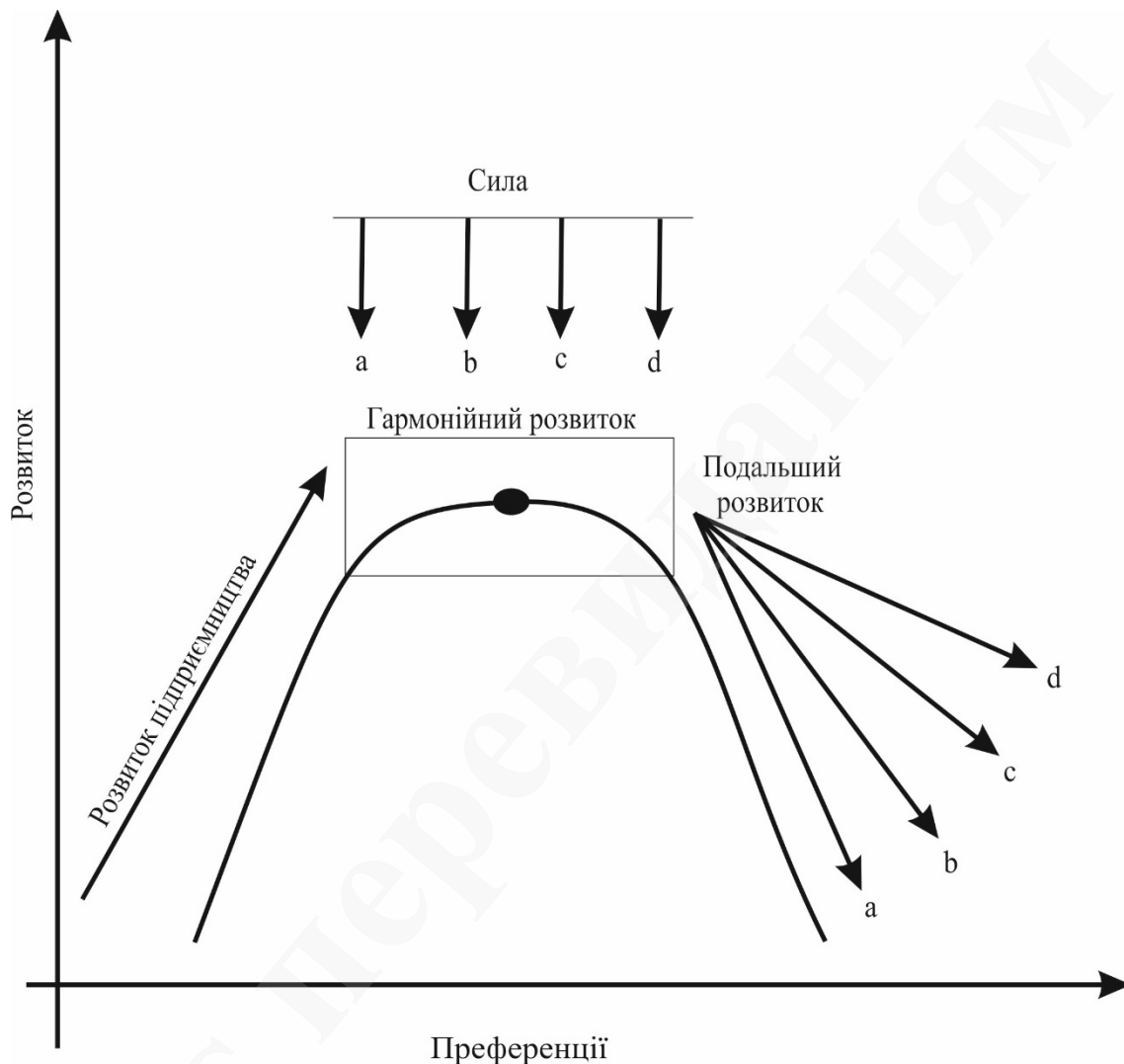


Рис. 1. Вплив факторів на розвиток підприємництва: а – сила (фактори) економічного розвитку; b – сила (фактори) політичного розвитку; c – сила (фактори) соціального розвитку; d – сила (фактори) інституційного розвитку

Така рівність факторів та преференції (політичні, соціальні, економічні та інституційні) досягається дуже не часто. Фактори, що можуть впливати на розвиток підприємництва, завжди будуть конкурувати із тими преференціями, що планує отримати підприємництво. В процесі всього циклу функціонування підприємництва фактори, що мають вплив, можуть виникати не тільки із зовнішнього середовища, а й із самого підприємництва.

Крім цього вирішальний вплив також мають преференції, яких хоче досягти підприємництво. Вони можуть створювати відповідні фактори, що будуть впливати на його розвиток. Так, якщо у підприємництва стоїть завдання отримати приріст доходу шляхом завоювання нової ніші на ринку, то воно буде розвиватися в напрямку економічного розвитку із досягненням економічних преференцій. Якщо один із факторів набирає сили, а інші її втрачають –

виникає монополія, що призводить до виникнення політичного чи соціального, чи економічного підприємництва.

Цей постійний процес боротьби факторів та преференцій можна описати через «Закон сили». Все зводиться до того, що вся діяльність підприємництва та його розвиток відбувається під дією сили конкретного фактору чи преференції, який є в пріоритеті його розвитку. Такий вплив сили може бути викликаний самим підприємством (для досягнення поставленої цілі), так і надійти із зовні в силу якоїсь ситуації, що склалась.

Закон сили працює за системою самовиключення, коли постійно превалює один із факторів чи преференцій. Двоє одночасно превалюючих преференцій, або факторів бути не може. Постійно, один фактор, коли починає набувати найбільшої сили переростає в окрему преференцію та починає працювати на її користь.

Підприємництво, що розвивається гармонійно, перебуває під впливом факторів та преференцій, що постійно змінюють один одного, і на довгий час жодна із них не має переваги. Під час гармонійного розвитку підприємництво отримує різноманітний дохід від різних преференцій – економічних, соціальних, політичних чи інституційних. Але, якщо тільки якась преференція збільшує свою силу впливу, спостерігається ріст її доходу, відповідно, відбувається монополізація. Така монополізація можлива не лише в економічному середовищі (монополія продукції чи видів послуг, монополізація ринку тощо), а може вона спостерігатися в виразі:

- політичному (форма державного правління – диктатура, монархія тощо);
- соціальному (монополія окремого виду соціального капіталу, монополія окремих соціальних послуг, монополія гендерного показника тощо);
- інституційному (монополія окремої інституції тощо).

Сучасна історія дає нам велику кількість прикладів, коли розвиток підприємництва або його домінування призвели до виникнення монополій. У таких випадках одні інтереси беруть гору над іншими і розвиток економіки та суспільства зупиняється, а підприємництво працює лише в задоволення визначених потреб. Тоді, у свою чергу, починають розвиватися різні інституції, що керують розвитком підприємництвом в тих межах, що складаються.

4. Висновки

В ході дослідження висвітлено два різні підходи до моделей формування підприємництва. Підприємництво може проявляти себе, як системне глобальне явище та як вид діяльності. Вся підприємницька діяльність спрямована на кінцевий результат, а його розмір та способи досягнення залежать від поєднання факторів та преференцій, які впливають на підприємництво в конкретній ситуації. Сила впливу факторів та преференцій завжди різна, і превалювати над іншими завжди може один із них, який знижує вплив інших та формує вектор розвитку самого підприємництва.

Результати дослідження стануть у нагоді під час дослідження теорії підприємництва. Характеристика підприємництва на рівні діяльності буде корисною для самих підприємців при оцінці власної ситуації та майбутніх перспектив.

Література

1. Cassis, Y., Minoglou, I. (2005). Entrepreneurship in theory and history: State of the art and new perspectives. *Entrepreneurship in theory and history*. London: Palgrave Macmillan, 3–21. doi: http://doi.org/10.1057/9780230522633_1
2. Knight, F. H. (2014). *Risk, Uncertainty and Profit*. Martino Fine Books, 394.
3. Laplume, A., Yeganegi, S. (2009). *Entrepreneurship Theories*. Spring. Available at: <https://www.entrepreneurshiptheories.com/about/>
4. Davidsson, P.; Katz, J., Shepherd, S. (Eds.) (2003). The Domain of Entrepreneurship Research: Some suggestions. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 6, 315–372. doi: [http://doi.org/10.1016/s1074-7540\(03\)06010-0](http://doi.org/10.1016/s1074-7540(03)06010-0)
5. McConnell, C. R., Brue, S. L., Flynn, S. M. (2009). *Economics: Principles, problems, and policies*. Boston: McGraw-Hill/Irwin, 917.
6. Fedorenko, V. H., Nikolenko, Yu. V., Didenko, O. M., Denysenko, M. P., Ruzhenskyi, M. M. (2007). *Osnovy ekonomichnoi teorii*. Kyiv: Alerta, 519.
7. Halchynskiy, A. S., Yeshchenko, P. S., Palkin, Yu. I. (1995). *Osnovy ekonomichnoi teorii*. Kyiv: Vyshcha shkola, 471.
8. Kirzner, I. M. (1999). Creativity and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur. *The review of Austrian economics*, 11 (1-2), 5–17. doi: <http://doi.org/10.1023/a:1007719905868>
9. Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper and Roe Publishers, 82.
10. Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in economic theory. *The American economic review*, 58 (2), 64–71.
11. Baumol, W. J. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing*, 11 (1), 3–22. doi: [http://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)00014-x](http://doi.org/10.1016/0883-9026(94)00014-x)
12. Mayer, C., Baumol, W. J. (1996). Entrepreneurship, Management, and the Structure of Payoffs. *The Economic Journal*, 106 (434), 219. doi: <http://doi.org/10.2307/2234945>