

ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ І ПОЛЬЩІ (ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ)

© Герасимчук Н.А., 2003

Проаналізовано основні моделі розвитку підприємництва. Виконано порівняльний аналіз розвитку підприємництва в Україні та Польщі.

The basic models of entrepreneurship development are analyzed. Analysis of entrepreneurship in Ukraine and Poland is carried out.

Зміст поняття “підприємництво” сьогодні вже визначений достатньо виразно. Правда, якщо проаналізувати сучасну наукову літературу з економіки, то стосовно цього явища в царині економіки можна знайти десятки дефініцій, але всі вони виражають майже ідентичний зміст. Різниця лише в рівні конкретизації, акцентуванні на якійсь з рис. “Підприємницька діяльність, – пише український економіст В.І. Поліщук, – це здійснення сміливих і важливих проєктів. Підприємництво – це готовність добровільно брати на себе ризик, пов’язаний із реалізацією нових ідей. Це спроби придумати і зробити щось нове або поліпшити вже існуюче” [1]. Підприємницька діяльність, вважає вчений, це насамперед інтелектуальна діяльність енергійної та ініціативної людини, що, володіючи цілком або частково матеріальними цінностями, використовує їх для організації бізнесу, яким управляє. Змістом підприємництва, робить висновок В.І. Поліщук, є [1]:

- створення нового;
- процес, що приносить прибуток і особисте задоволення досягнутим;
- процес, що припускає прийняття на себе фінансової, моральної та соціальної відповідальності;
- ініціативна самостійна діяльність, спрямована на одержання максимальних економічних результатів;
- діяльність, здійснювана на свій страх і ризик і під свою майнову відповідальність.

Серед розноманіття підприємницької діяльності В. Сизоненко виділяє дві її основні форми [2]:

- а) суто посередницька (торгівля, фінансові операції, дрібний сервіс тощо);
- б) творчо-продуктивна діяльність, яка пов’язана з комерціалізацією нововведень, науково-технічних розробок, інновацій тощо.

Сьогодні як в Україні, так і в Польщі функціонують дві основні моделі розвитку підприємництва: державно-корпоративна і приватнопідприємницька. Суб’єкти цих моделей попри їх відмінності мають і багато спільного. Такими спільними рисами є налаштованість на творчість і ризик. Без творчості не може бути підприємництва. Затрачені зусилля, здібності людей, пошуки нового винагороджуються прибутками, зиском, але може бути і так, що десь були допущені прорахунки, помилки і в результаті – збитки, а навіть і банкрутство. Отже, ризик є однією з невід’ємних рис підприємництва. Відомий своїми працями в царині економічної науки американський вчений Гріффін Ріккі В. зазначає:

“Підприємництво – це є процес організування та здійснення з ризиком господарчої діяльності” [3]. Ризик у житті членів фірми, вважає він, не завжди є бажаним явищем, але імпліцитно він “вмонтований” в діяльність підприємства і передусім, малого підприємства, тому що саме воно є тією основою, де підприємництво найбільшою мірою проявляється [3]. І тут виникає запитання: Чи поняття підприємництва притаманне і великому підприємству, наприклад, численному колективу фабрики або заводу? Як зазначає польський економіст В. Гудзевич, «прикладів доброго господарювання на великих підприємствах маємо багато, але все-таки, в загальному плані їх значно менше ніж це у малих підприємствах» [4]. І тут причини такої ситуації, швидше за все, мають суб’єктивний характер. Більшість членів великих державних підприємств не мають в умовах ринку необхідних знань, досвіду тощо, тобто рис, необхідних для підприємницької діяльності. А керівники цих підприємств та їх найближчі помічники забезпечують собі безбідне життя за рахунок нелегального продажу обладнання, здачі в оренду приміщень тощо. Більшість працівників таких державних підприємств змушені йти «добровільно» у неоплачувану відпустку. Деякі з них під час такої відпустки займаються найпростішим «бізнесом» – торгівлею з лотків, ящиків. І якщо хтось з них і накопичить грошей, то без допомоги державних органів, яким можна довіряти, ніхто з них не буде займатись виробництвом товарів, тобто відкривати мале підприємство [5]. Підприємництво у малих фірмах є особистою рисою і справою людини-підприємця. Не можна людину шляхом сентенцій, моралізування примусити займатись підприємництвом. Але держава зобов’язана створити необхідні умови для підприємництва, економічної творчості. І не тільки для малих підприємств, але і великих. Не може бути і мови про підприємництво, коли завод чи фабрика лежать буквально в руїнах, а керівництво отримує непогану зарплату, а іноді і невідомо за що премії. Тому часто і відсутній дух підприємництва на державних підприємствах України. І тут, думається, першим імпульсом підприємництва на великих підприємствах в Україні і Польщі може стати дивізійна форма управління, яка вже давно діє у США. Вже вказаний нами Гріффін Ріккі В. пише: “Говорячи прямо, підприємництво тоді має місце, якщо сам підприємець є тією особою, яка безпосередньо займається справами фірми. Але в останніх роках дух підприємництва помічається і у великих підприємствах” [3]. Менеджери зрозуміли, пише він, що організація стає сонною і незграбною, коли в ній відсутній дух підприємництва. Але це підприємництво має дещо іншу форму, ніж в класичного типу малих підприємствах. “Наприклад, фірма Toys Us виросла і стала величезним підприємством, пише американський вчений, але її керівництво вважає кожну крамницю незалежним малим підприємством, яке функціонує під спільною “парасолькою”. Кожен керівник крамниці особисто відповідає за результати своєї організації... Метою такого підходу є створення почуття належності швидше до мережі сотень малих підприємств ніж до одного великого... Отже, підприємницький запал і дух підприємництва, який народжується в малому підприємстві, є важливим вкладом до господарства всієї країни загалом і великих підприємств зокрема” [3]. На редуковані можливості розвитку підприємництва у великих підприємствах вказує і інший американський соціолог і економіст Пітер Дракер [6]. Причину цього він вбачає в тому, що реалізація того чи іншого проекту, ідеї, інновації тощо, тісно пов’язана з величезною кількістю проміжних ланок, організацій, члени яких можуть акцептувати часто нав’язані їм правила гри, приймати їх тому, що “так сказано “зверху””, а є і такі виробничі підрозділи, які цілком індиферентні до новаторських ідей. Тому, зазначає П. Дракер, у великих підприємствах реактивація підприємництва вимагає величезної підготовчої роботи, яка не завжди дає позитивні результати.

Організація, в якій підприємництво розглядається як необхідна умова її життєдіяльності, пише польський економіст Юзеф Махачка, нагадує собою відкриту систему, метою якої є, передусім, зростання і пошуки нових засобів на шляху інноваційності, творчості і еластичності. На початковому етапі розвитку таких організацій є прагнення перейти так званий “порог виживання”, тобто втриматись на поверхні, а це є можливим тоді, коли прибутки хоч ненабагато, але вищі, ніж вкладені раніше кошти [7]. Проте підприємництво тоді дає позитивні результати, – зазначає Кшиштоф Фірцель, – коли його суб’єктом є не тільки підприємець, а коли підприємницький запал керівника підхоплять щонайменше дві третини, тобто 65 – 70 % членів організації. “Підприємництво, – пише він, – це процес, основою якого є підприємливість суб’єктів господарчої діяльності; ангажування людей на досягнення позитивного результату з урахуванням певного ризику і непевності, але з твердим переконанням, що ця діяльність стане імпульсом до ініціативи і тим самим створить нові можливості до подальшого розвитку” [8].

Слід зазначити, що зміст поняття “підприємництво” всебічно висвітлений в українській науковій літературі. Вже в далекому 1991 р. в Законі України “Про підприємництво” від 7 лютого 1991 р. в його першій статті сформульовано, що “**підприємництво** – це самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, надання послуг і заняття торгівлею з метою одержання прибутку” [9]. Отже, у наведеному визначенні змісту підприємництва виразно зазначається ряд його рис, а саме:

1. Самостійна **ініціатива**.
2. Систематична діяльність на власний **ризик**.
3. Мета діяльності – **отримання прибутку**.

Визначальною ознакою, підкреслює Андрій Загоруйко, є мета діяльності. Звідси – якщо метою тієї чи іншої діяльності не є отримання прибутку, то така діяльність не може бути зарахована до підприємництва. Мета отримання прибутку, як правило, відображається в установчих документах підприємства і проглядається у всій його діяльності. Саме ця ознака виділяє підприємницьку діяльність з ширшого поняття господарської діяльності як діяльності з виробництва та реалізації матеріальних благ [9].

“Підприємництво, – слушно зазначає український економіст з Хмельницька Світлана Драгонер, – це самостійна ініціатива, діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, одержання прибутку” [10]. Майже всі великі підприємства України сьогодні знаходяться в критичному стані через те, що не були підготовлені до нових економічних умов, де підприємництво займає одне з чільних місць. Лише малі підприємства ще можуть функціонувати, тому що вони не потребують великого стартового капіталу, мають високу оборотність ресурсів і саме вони є тим середовищем, яке створює необхідні умови для розвитку підприємництва. “Підприємницький інтерес сьогодні виступає, – пише Олена Савчук, – основою тих імпульсів, що породжують бажання підприємця до ефективного господарювання, вияву своїх здібностей, підприємливості”. Аналіз підприємницького інтересу, стверджує вона, дає нам змогу краще розуміти поведінку суб’єкта та мету його економічної діяльності в умовах ринкових відносин [11].

“Підприємництво, – розвиває думку вищевказаних українських вчених Г.І. Заіканова з Одеси, – це творча новаторська діяльність на свій страх і ризик, яка покращує та формує, по суті, майбутню структуру суспільного господарства, прокладає шлях до майбутніх структурних перетворень в економіці. За своєю суттю підприємництво спрямоване на постійне подолання усталених стереотипів господарювання. Ефективна народногосподарська

організація передбачає не жорстку державну регламентацію підприємницької діяльності, а формування необхідної для суспільства системи публічних цінностей та пріоритетів. Саме тому для становлення підприємництва в Україні не досить створення для нього “рівних умов” з державними індустріальними та аграрними гігантами, які не належать до числа природних монополій. Підприємництво – це не лише певний рід діяльності, а й специфічний склад розуму людини, її натури. Одним з об’єктивних факторів, що зумовлюють конструктивну роль підприємництва, є його ефективність” [12].

Більшість українських вчених-економістів стверджують, що підприємництво в малих фірмах має свою внутрішню логіку і спирається на сформовану послідовність виробничої діяльності. Її вихідним пунктом повинно бути пізнання самого себе, своїх можливостей, особливостей локального ринку, на який підприємець збирається вийти. Для створення нової фірми індивід повинен мати спеціальні знання, налаштованість на виробництво продукту чи послуг, контакти з колегами, владними структурами, певні кошти (основний капітал) тощо [13].

Підприємництво як явище тісно пов’язане з особою підприємця. Ще донедавна слово “підприємець” у деяких членів нашого суспільства викликало негативне враження. Як слушно зазначає український бізнесмен і вчений А.С. Солоп в уявленні частини українського суспільства підприємець асоціювався з махінатром, хапугою, злодієм, визискувачем, крутієм тощо. Сьогодні, пише він, оцінка людей образу підприємця значно покращилась і тепер з його особою пов’язують такі риси, як: кмітливість, енергійність, працьовитість, забезпечення людей працею тощо [14]. Серед безлічі позитивних рис, які повинен мати підприємець, пише Гріффін Ріккі В., найважливішими є [3]:

- щоденне прагнення до досконалості в праці. Підприємець вже з першої хвилини праці мусить так захопити людей налаштованістю на випуск якісної продукції, щоб це стало невід’ємною частиною їх життя;

- підприємець повинен показати людям, що вірить в них, очікує вірності від них і не стільки вірності стосовно себе, як щодо фірми. По суті справи, підкреслює американський вчений, справжня лояльність працівника визначається не лояльністю до підприємця, а стосовно місця праці;

- члени організації повинні чітко знати, що має на меті підприємець, коли ставить перед ними те чи інше завдання. Висловлюючись спортивною термінологією, виграє завжди та футбольна команда, тренер якої всі свої знання і думки передає гравцям, які ясно бачать, чого він від них очікує. Команда діє як єдиний монолітний організм, клітини якого діють гармонійно, синхронно і тільки тому, що тут панує дух ретельності, довіри один до одного, товариської співпраці;

- щоб в підприємстві елімінувати нервозність і почуття несправедливості, підприємець повинен дуже уважно підходити до нагород працівникам фірми за досягнення виробничих показників;

- підприємець повинен систематично перевіряти досягнення підприємства і, якщо це є можливим, вносити певні корективи в працю людей в більший або менший бік.

Щоб підприємницький запал охоплював всіх членів малого підприємства, а не був набутком тільки підприємця, останній повинен щедро ділитися всім, що стосується життя фірми. “Це означає, – пише Пітер Дракер, – що кожен працівник повинен брати участь в питаннях, зв’язаних з організацією праці, а по суті справи, в політиці всієї фірми. У малих підприємствах всі його члени є єдиним цілим, де кожен член фірми несе відповідальність за виконання завдань організації” [15].

Звичайно, це не означає, що підприємець з першого дня появи малого підприємства повинен ангажувати в підприємницьку діяльність всіх його членів. Як слушно, на наш погляд, зазначає польський економіст Ева Козень: “На початковій фазі головну роль відіграє, передусім, підприємець, якого виділяють серед інших такі риси, як творчість, інноваційність а також схильність до ризику... Виникнення і утримання на певному рівні підприємства залежить, передусім, від особистого вкладу праці підприємця. Адже не є таємницею, що на початку розвитку підприємства вся влада зосереджена в руках його власника. Це він видає необхідні вказівки, приймає необхідні рішення і контролює виконання завдань. Саме ключові рішення приймає підприємець, спираючись на інтуїцію і власний досвід. Діяльність підприємця визначає еластичність в пристосуванні до змін в оточенні, очікування клієнтів. Таке пристосування часто детерміноване елементами імпровізації...Орієнтація підприємця зосереджена повністю на першій фазі виключно на виробництві і ринку” [16]. Але зі зміцненням позиції підприємства, з надбанням певної кількості постійних клієнтів необхідно негайно “залучати до підприємницької діяльності і рядових працівників і завдання для розвитку їх підприємливості слід давати різні” [16], з урахуванням їх освіти, стажу праці, психологічних особливостей індивіда тощо. Дані статистики свідчать про те, зазначає Ева Козень, що 40 % підприємств банкрутують впродовж чотирьох років їх існування, а 70 % не перетинають межі 10 років [16]. І причиною цього часто є бажання тримати в твердих руках членів організації, приймати рішення, не поставивши до відома інших працівників фірми, а підприємництво розглядати як царину власника. Звичайно, пише Ева Козень, є ще і ряд інших істотних позитивних і негативних причин, які визначають діяльність малого підприємства та його власника на першому етапі функціонування [16]. Позитивами, на її думку, є:

- власник як “рушійна сила”;
- творчість та ініціативність власника;
- високий рівень еластичності;
- динамізм дій членів підприємства та його власника.

Недоліками є:

- недосвідченість в підприємницькій діяльності;
- невеликі можливості самофінансування;
- недостатньо висока кваліфікація працівників;
- високий рівень залежності рядових членів фірми від її власника;
- невисокий рівень здатності до ризику;
- недооцінювання конкурентних можливостей інших, подібного роду підприємств.

Аналізуючи причини розвитку і гамування підприємництва в Україні, українські вчені теж виділяють ряд причин, які частково збігаються з тими, на які вказують польські вчені, але в умовах українських реалій розвиток підприємництва має ряд особливостей і особливостей негативного плану. Так, наприклад, бізнесмени і бажаючі займатись бізнесом називають ряд причин, які дуже утруднюють їх підприємницьку діяльність. Це відсутність коштів (авансованого капіталу), необґрунтовано великі податки, високі кредитні ставки, ціни на енергоносії, а особливо те, що чиновники різними методами гальмують оформлення документів для одержання хабарів. Серед багатьох підприємців, пише О. Савчук, переважає думка про те, що досягти нормального чистого прибутку в таких умовах майже неможливо. А це означає, що навіть діючим підприємствам, які не мають чистого прибутку, достатнього для їх розвитку, загрожує банкрутство [11].

Порівнюючи висловлювання представників польської та української економічної науки, важко не помітити, що підприємництво в одній і другій країні, окрім спільного, має і істотні відмінності. І якщо причини гальмування підприємництва в Польщі мають суб'єктивно-об'єктивний характер, то в Україні – об'єктивно-суб'єктивний.

Істотну відмінність в польському і українському малому бізнесі мають причини і правового та етичного характеру. Вже згадувана нами Г.І. Заїканова виконала дослідження серед підприємців методом анкетування. На запитання анкети: “Чи можна сьогодні досягти успіху в приватному бізнесі, не порушуючи чинного законодавства?” – лише 6,2 % опитаних підприємців дали категорично позитивну відповідь, в той час як 54 % – категорично негативну. Отже, робить висновок Г.І. Заїканова, незалежно від характеру бізнесу більшість українських підприємців фактично визнає нецивілізованість власної діяльності. Причини такого стану речей підприємці вбачають у недосконалості чинного законодавства, діях мафіозних структур та рекету (80 %), умовах оренди та купівлі приміщень (78 %), умовах одержання банківських кредитів (89 %), в податковій політиці держави (87,3 %) тощо [12].

Подібні причини існують і в Польщі, але вони є блідою копією українських реалій. Якщо українські підприємці висувають низку претензій до чинного законодавства у сфері розвитку малих підприємств, то в Польщі ця проблема майже вирішена. Ще в 1997 р. в Міністерстві економіки (Ministerstwo Gospodarki) було розроблено програму “Основи політики уряду стосовно малих і середніх підприємств на 1998 – 2001 роки”. На переломі 1998 – 1999 років Економічний комітет Ради Міністрів Польщі та Комітет Ради Міністрів щодо справ регіональної політики і рівномірного розвитку затвердив напрямки в програмі “Політика уряду стосовно малих і середніх підприємств до 2002 р.” Одночасно було прийнято рішення створити групу для розробки чергових варіантів документа. Після численних дискусій і експертизи вже опрацьованих документів 11 травня 1999 р. Рада Міністрів Польщі прийняла документ з назвою “Політика уряду стосовно малих і середніх підприємств до 2002 року”. У цьому документі чітко зазначається, що польський уряд на основі чинного законодавства дає зелене світло розвитку підприємництва в малих і середніх підприємствах. Недопустимі найменші бюрократичні перепони до створення цього виду підприємств, уряд надає пільгові кредити тим, хто бажає розпочати підприємницьку діяльність, до мінімуму зменшується система звітності та податкових розрахунків. Податки, зазначається в документі, від дня його прийняття повинні бути кардинально переглянуті у бік їх різкого зменшення, мати ясний і прозорий характер [17]. Якщо ж говорити про рекет, то завдяки рішучим діям правоохоронних органів в 1999 – 2000 рр. і особисто міністра Качинського ця проблема майже знята з порядку денного.

Ринкові відносини можуть нормально розвиватись за наявності надійного морального фундаменту. У дослідженнях, виконаних вибірково в Одесі та Одеській області методом анкетування, на запитання анкети: Якій частині українських підприємців, з якими вам довелося зустрічатись, притаманна чесність у справах? – респонденти відповіли так: 7,4 % – жодному; 61,2 % – меншості; 22 % – половині; 9,1 % – більшості; 0,3 % – усім [12].

У Польщі подібні оцінки підприємців відзначались в кінці 80-х і на початку 90-х років. Як пише польський економіст Ізабеля Чайя: “700 % інфляція в 1989 р., високопроцентні кредити, непевність правової, соціальної та економічної ситуації створювало серйозні перешкоди для розвитку підприємництва, а неприхильне ставлення до польських приватних підприємців було результатом марксистського бачення капіталіста – стереотипу визискувача, який живе коштом праці інших людей. Це та важка економічна ситуація в країні було

основною причиною підозрілого ставлення до підприємливих людей та їх підприємств” [18]. 1992 – 1994 роки, пише І. Чайя, були роками зміцнення нової соціально-економічної системи і разом з тим поволі, але неухильно змінювалось ставлення людей до підприємців і підприємництва. У другій половині 90-х років розвиток підприємництва вже розглядався як необхідна умова матеріального добробуту всього суспільства [18].

Україна, як і Польща, знаходиться на стадії перехідного періоду до ринкової системи господарювання (звичайно, на різних етапах цієї стадії). Порівнюючи розвиток підприємництва в малих підприємствах двох країн, можемо з певною часткою оптимізму зазначити, що такий розвиток є одним з важелів, здатних вивести економіку з кризи – запорукою матеріального добробуту суспільства. Підтвердженням того є досвід Польщі – нашої сусідки і стратегічного партнера.

1. Поліщук В.І. *Приватний підприємець*. – К., 2000. 2. Див: Сизоненко В. *Підприємництво*. Підручник. – К., 1999. 3. Griffin Ricky W. *Podstawy zarządzania organizacjami*. – Warszawa: Wydawnictwo aukowe PWN, 1998. 4. Gudziejewicz Wacław. *W przedsiębiorstwach wielobranżowych // Wieś*. – Nr 11, listopad 2000. 5. Проскура В. *Проблеми і перспективи розвитку бізнесу в галузях виробництва товарів особистого споживання і торгівлі ними // Становлення і розвиток підприємництва в Україні. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції 28 – 29 квітня 1999*. – Хмельницький, 1999. – С. 89 – 90. 6. Drucker Peter F. *Innowacje i przedsiębiorczość*. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, 1992. 7. Machaczka Józef. *Zarządzanie rozwojem organizacji. Czynniki, modele, strategia, diagnoza*. Warszawa-Kraków: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1998. 8. Fircel Krzysztof. *Przedsiębiorczość w polskim agrobiznesie // Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy. Pod redakcją Jana Targalskiego*. – Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 1999. 9. Загоруйко А. *Деякі аспекти правового регулювання підприємницької діяльності в Україні // Становлення і розвиток підприємництва в Україні (вказ. раніше вид.)*. 10. Драгомер С. *Підприємництво: реалії і перспективи // Становлення і розвиток підприємництва в Україні (вказ. раніше вид.)*. – С. 63 – 64. 11. Савчук О. *Етапи розвитку соціальної спрямованості підприємницького інтересу // Становлення і розвиток підприємництва в Україні (вказ. раніше вид.)*. – С. 87. 12. Заіканова Г.М. *Підприємство в стратегії формування соціально-орієнтованої ринкової економіки України // Становлення і розвиток підприємництва в Україні (вказ. раніше вид.)*. – С. 188. 13. Чернишова А., Сірий Є. *Формування управлінських якостей підприємця // Становлення і розвиток підприємництва в Україні (вказ. раніше вид.)* – С. 148. 14. Солон А.С. *Тайны бизнеса*. – К.: УФІМБ, 1997. 15. Drucker Peter F. *Spółeczeństwo postkapitalistyczne*. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999. 16. Kozień Ewa. *Przedsiębiorczość w rozwoju przedsiębiorstw // Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy, op. cit*. 17. Niedzielski Edward: *Przedsiębiorczość gospodarcza i bezrobocie na obszarach wiejskich*. – Olsztyn, 2000. 18. Czaja Izabela. *Przedsiębiorczość sektora prywatnego w Polsce // Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy, op.cit*.