

### **Література**

1. Іванова Н.В. Генезис економічної категорії «інфраструктура» та її роль у суспільному поділі праці [Електронний ресурс] // Ефективна економіка, 2010. – №11. – Режим доступу до журн. <http://www.economy.nauka.com.ua>.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Старобдубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2007. – С. 270
3. Дослідження транспортної інфраструктури. Нинішній стан транспортної інфраструктури гальмує економічне зростання [Електронний ресурс] // Режим доступу: [http://www.competitiveukraine.org/upload/reports/7\\_ukr.pdf](http://www.competitiveukraine.org/upload/reports/7_ukr.pdf)

*Ісаєнков О.О., Ісаєнков К.О.*

## **ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО БІЗНЕСУ**

Ознайомившись із теоретико-методологічними і методичними аспектами становлення і розвитку малого та середнього бізнесу в Україні, станом та перспективами його розвитку, можна зробити висновок. Мале (середнє) підприємство - це мікроструктурна одиниця, мікросистема, форма господарювання та підприємництва, заснована на ініціативі, самостійності і добровільності з метою відшукати більш досконалі способи праці та підвищення її ефективності з метою отримання прибутку.

Розвиток малого та середнього бізнесу при цьому є основою для створення нових робочих місць і у зв'язку з цим для вирішення важливих соціально-економічних проблем. За останні 10-15 років в економічно розвинених країнах більш ніж 75% нових робочих місць створено підприємницькими структурами, особливо групою малих і середніх підприємств. Зокрема, у США більш ніж 80% робочих місць за останні 10-12 років створено малими і середніми підприємствами.

Якщо звернутися до історії започаткування суб'єктів підприємницької діяльності, слід врахувати внесок до цього питання австрійської школи кінця ХІХ ст. Підприємницьку діяльність тут розуміли як об'єктивне соціально-економічне явище. Реагуючи на зміни ринку, вона, насамперед у формі малого та середнього бізнесу заповнює вузькі місця в існуючих виробничих технологіях, в асортименті продукції і наданні послуг, і працює в різних географічних сегментах.

Важливо зазначити, що в процесі розвитку та вдосконалення ринкових відносин, технології та інтенсифікації використання науки і техніки, у центрі уваги малого та середнього бізнесу перш за все є сфера інтелектуальної діяльності.

До цього домінувала сфера ринку виробництва і послуг. Так, у своїй роботі «Капіталізм, соціалізм і демократія» Шумпетер звертав увагу на такі сторони підприємства: а) підприємство як діяльність, що об'єднана з різними ступенями розвитку суспільства; б) підприємство як чинник реформи суспільного виробництва, що здійснюється за допомогою нових ідей, використання нових джерел енергії, сировини, ринків та форм реалізації продукції.

За Шумпетером, основним у підприємстві ринкового типу є втілення нової комбінації факторів виробництва і обігу, а також різних змінних процесів, що спрямовані на досягнення найкращих результатів виробничо-господарської діяльності.

Ф.А. Гайек, у підприємстві ринкового типу, підприємницькій діяльності виокремлює два основні фактори: організаційно-господарський аспект суспільного виробництва та економічну підприємницьку свободу, що є умовою успіху підприємницької діяльності (особливо у малому та середньому бізнесі).

Отже, у працях різних авторів (як економістів, так і соціологів) у зв'язку з аналізом суті підприємства, підприємництва і основної характеристики підприємців висвітлюються насамперед такі реальності:

Підприємництво як форма господарювання постійно змінюється під впливом різних соціально-економічних факторів і потреб суспільства. Принципові зміни в розвитку виробничого потенціалу, системі управління тощо вплинули на розвиток підприємства і, навпаки, підприємництво як органічна складова ринкової економіки змінюється в залежності від попиту та пропозиції ринку.

Характер діяльності підприємства, етапи його розвитку і вплив на розвиток економіки країни залежить від об'єктивних умов, які створює дана суспільна система, котра визначає структуру управління та загальні умови здійснення діяльності підприємства.

Основна увага економістів, менеджерів, соціологів, психологів та інших фахівців, які цікавляться підприємництвом, спрямована на роль підприємницької діяльності у розвитку суспільства. У центрі уваги власне такі питання, як значення підприємництва, дослідження проблем становлення малого та середнього бізнесу, мотивації підприємництва, розробка рекомендацій ефективної роботи, як для існуючих, так і заново створених підприємницьких структур.

Підприємницька здатність вважається сьогодні четвертим фактором виробництва (після землі, праці і капіталу). В зарубіжній і вітчизняній літературі вона характеризується як здатність людини раціонально використовувати джерела з метою виробництва виробів, здатність приймати логічні рішення для досягнення накреслених цілей, створення нових технологій, можливостей для роботи та інших інновацій. У залежності від цього виділено чотири економічні функції підприємця (особливо у малому та середньому бізнесі):

1. ініціатива у залученні ресурсів (землі, праці, капіталу, інформації) до єдиного процесу виробництва продукції або надання послуг. Підприємець виконує роль «провідної зірки», тобто каталізатора у цьому процесі, він є ініціатором і посередником між наведеними джерелами;

2. відповідальність за управління підприємницькою діяльністю як головна риса дієвого підприємництва;

3. інноваційна функція підприємця, запровадження нестандартних рішень, виробництво нової продукції, надання нових видів послуг тощо;

4. функція ризику, яка впливає з перших трьох. Складовою частиною цього є також створення власного імені, легенди у зв'язку з контактами з громадськістю, особливо із засобами масової інформації.

Досвід і результат більш ніж 200-річної історії розвитку підприємництва сприяють у зв'язку з наведеним деякі узагальнення. У центрі уваги при цьому є:

1. визначення основних організаційних форм підприємницької діяльності, характерних рис при формуванні економічних зв'язків, котрі створюються між суб'єктами підприємницької діяльності, державою і населенням;

2. визначення особливостей розвитку підприємництва в різних галузях народного господарства;

3. виявлення економічних механізмів, які мотивують суб'єкти підприємницької діяльності на досягнення високої ефективності господарювання.

Реструктуризація економіки нашої країни та форм підприємницької діяльності в нинішній період об'єднана з наступом нового покоління комп'ютерної техніки, її універсальністю, а також зниженням ціни на неї.

Тенденції спаду у господарстві на початку 90-х років ініціювали увагу до проблеми підвищення ефективності господарювання. Великі об'єднання стали ініціаторами появи невеликих підприємств, які на них працюють. Вони забезпечують правову відокремленість самостійним одиницям, але залишаються в позиції головного покупця їхньої продукції, а також послуг. Головний мотив - використати виробничий потенціал малих підприємств. На базі цього з'являються такі форми організації підприємницьких структур, як «спін-офф». Великі підприємства почали використовувати в своїх структурах малі господарські одиниці, котрі своїми функціями імітували діяльність малих підприємств. Виникли об'єднання, які організовували, планували роботу малих та середніх підприємств при збереженні їхньої економічної самостійності.

Франчайзинг набуває динамічного розвитку. Наприкінці 90-х років ХХ ст., наприклад у США таким способом працювало 523 тисяч малих організацій, де було зайнято 7,3 млн. осіб. Японський варіант кунбан (точно на час) поширився і в інші країни.

Нинішній період визначити етап надзвичайно інтенсивної діяльності у розвитку нових форм господарювання та бізнесу. У країнах з розвинутою економікою цей етап визначають як етап нових підприємницьких ініціатив, який характеризують високі темпи підвищення кількості підприємств малого та середнього бізнесу, збільшення частки в забезпеченні працевлаштування населення та здобуття позиції в галузях з високими технологіями.

Наведена проблематика є досить широкою, в окремих країнах та економіках у деякій мірі специфічною. Її можна узагальнити так:

1. У країнах з перехідною економікою підприємництво як форма діяльності є складовою трансформації економіки і дає значний внесок до розвитку наці-

онального господарства, забезпечує в значній мірі зайнятість населення, розвиток технологій тощо. Держава та владні структури в цих економіках допомагають діяльності підприємства, особливо категорії малих та середніх підприємств (МСП).

2. Позитивною передумовою організації підприємницької діяльності виступає досконале у правовому плані середовище, котре підтримує інтереси підприємців.

3. Домінуючої позиції у підприємництві досягають фірми, основані на використанні інтелектуального багатства. У зв'язку з цим виникають такі якості підприємців, як творчість, здатність сформулювати нові ідеї та матеріалізувати їх.

*Ісаєнков О.О., Ісаєнков К.О.*

## **ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Думаємо, буде цікаво простежити етапи розвитку підприємства та підприємництва, яких можна виділити чотири.

**Перший етап:** 1820-1870 рр., коли розвиток продуктивних сил розвинутих тоді країн проходив у ситуації вільної конкуренції між підприємствами щодо ринків збуту продукції. Основні напрямки підприємницької діяльності на той час зосереджувалися на ремісництві, виробництві верстатів та продукції.

Головним мотивом цього етапу по відношенню до підприємництва є боротьба за успіх в конкуренції щодо збуту продукції, прагнення мінімізувати зіткнення неочікуваних ситуацій в ринковому середовищі, зусилля підвищити прибуток шляхом зростання цін. Зв'язки у межах малих, середніх та великих підприємств здійснювалися за принципом доміанти власника над працівником. Іншими словами, названі зв'язки проходили через призму домінуючого становища власника у всіх випадках їхніх зв'язків.

**Другий етап:** 1871-1930 рр. Названий період характеризується особливостями у формуванні підприємства як форми господарювання, що виникли в умовах підвищення концентрації капіталу, утворення монополістичної структури економіки, придушення малих та середніх підприємств.

Монополістична позиція великих (за розміром капіталу) фірм зумовила можливість монопольного прибутку у ситуації, коли малі і середні підприємства не були конкурентоспроможними з ними. Вони шукали способів кооперуватися з великим капіталом для забезпечення послуг у галузях, не вигідних для великих фірм. У США на цей час виникає нова форма підприємництва, продаж фірмової продукції великих підприємств, яка стала імпульсом для активізації підприємницьких структур у різних країнах і являла собою одну з форм зв'язків між великими та малими фірмами.