

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 сформувати 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.

При формуванні підприємницького середовища для малих та серед-них підприємств головною проблемою на цьому етапі можна вважати обережність у виборі партнерів, здатність пристосовуватись до потреб великого бізнесу, розрахунок на власні сили тощо. Все більше враховується потреба значення таких атрибутів підприємницького середовища, як серйозність у партнерських стосунках, дотримання слова.

Третій етап: 1931-1975 рр. – становлення та розвиток підприємницьких структур інтенсивним використанням результатів науки і техніки передусім у розвинених економіках. Це особливо характерно для періоду після другої світової війни, особливо для Західної Європи, на фоні повоєнного відновлення та приватизації великих об'єднань.

Починають домінувати галузі електротехніки, електроніки, інформатики, обчислювальної техніки та інших наукоємних галузей. Виникає можливість і джерела для розвитку малого та середнього бізнесу, підвищується рівень і значення підприємницької діяльності, змінюється система цінностей, виникає новий тип фірмової культури та зв'язків між суб'єктами бізнесу. З точки зору якостей підприємців, то на цьому етапі переважають такі їх характеристики як сміливість, націленість на досягнення успіху, патріотизм, боротьба за марку та імідж фірми тощо.

Четвертий етап: 1976 р.- до теперішнього часу – характеризується з двох позицій: розвиток підприємництва в країнах, які в цій галузі мають традиції (розвинуті ринкові економіки) та специфіка формування ринкового середовища в колишніх централізованих економіках.

Особливим є середовище економік, що трансформуються, де не було сформованого на ринкових засадах належних умов для становлення та розвитку підприємництва. Незважаючи на високий рівень освіти, досить високу кількість ініціативних людей Україні не вдається створити стабільне підприємницьке середовище. Проблемні елементи економічної реформи, невдала приватизація, недоброякісне, суперечливе і таке, що зазнає постійних змін законодавство, не підвищують довіри і не створюють достатньої мотивації для широкого розвитку малого та середнього бізнесу. Навпаки, зусилля якнайшвидше розбагатіти ініціює проблематичні, часто незаконні дії у підприємстві, що порою завершуються в структурах тіньової економіки. Недовіра в цій ситуації проявляється не лише з боку населення, а й іноземних інвесторів. Гарантом стабілізації підприємницького середовища не виступає і держава, котра сама часто порушує закони, постанови та інші правові акти, і в складному політичному середовищі політичних структур, що ще не викристалізувалися, ситуація стає часто ще складнішою.

З досвіду країн з розвинутою ринковою економікою щодо форм і напрямів вдосконалення менеджерської діяльності малого та середнього бізнесу на цьому етапі важливою є орієнтація на прозоре і в правовому плані досконале підприємницьке середовище у концепціях ідеї правової держави. В основі цього лежить стимулювання підприємців до чесної високопродуктивної і соціально корисної діяльності.

Наслідки діяльності суб'єктів підприємництва, що мають в собі позитивні імпульси для національних економік, ведуть її в цілому до вищої продуктивності.

Фірми малого та середнього бізнесу, що розвиваються, є визначальним фактором і стимулом для наступних поколінь, систем виховання та освіти.

Громадська думка виступає пріоритетним чинником у створенні довір'я для марки, фірми, продукту чи послуг і в цілому до малого бізнесу.

У структурі суб'єктів підприємництва на цьому етапі характерним є зростання об'єднаних бізнесових структур з міжнародним капіталом, що вимагає і припускає високий рівень міжнародної співпраці, особливо в галузі високих технологій, «ноу-хау», узагальнення нових форм менеджерської праці, інтегрованих систем тощо.

Підсумовуючи визначення підприємництва в цілому, малого та середнього бізнесу, зокрема, додамо й виробничо-господарську діяльність, закладену на добровільності та спрямовану на досягнення успіхів у виробництві продукції або наданні послуг, які є необхідними для суспільства.

Вихідними умовами для організації та виконання підприємницької діяльності фірм малого та середнього бізнесу насамперед є:

1. бажання підприємців займатися конкретною діяльністю;
2. достатність капіталу для започаткування власної справи та її ефективного функціонування;
3. спроможність бізнесменів не тільки стабілізувати, а й нарощувати капітал;
4. ініціативність та самостійність у виборі підприємницької діяльності, гнучкість та оперативність у прийнятті управлінських рішень;
5. оптимізацію перерозподілу доходів між структурами підприємницького бізнесу та державою.

У вітчизняній і зарубіжній літературі підприємцем вважається людина, яка ризикує при створенні нової організації, реалізації нової ідеї, виробництві нової продукції або наданні послуг. Підприємництво ж є видом виробничо-господарської, комерційної діяльності, пов'язаної із створенням нових робочих місць, нової продукції, послуг або ідей. Це розмежування, таким чином, зорієнтоване на формування нових ідей, «ноу-хау», нових технологій та послуг. Дані США показують, що приблизно 70% капіталу об'єднаних підприємств інвестують інформаційні технології, телекомунікації, програмне забезпечення, виробництво нових матеріалів, біотехнологій тощо. Виробництво в галузі високих технологій щорічно збільшується у 2,5-3 рази, 90% нових технологій у США виходить з малих підприємств і від незалежних винахідників. З двох мільйонів американських мільйонерів 90% починали із закладання власного підприємства, 40% японського експорту забезпечують малі фірми, які є у високій мірі конкурентоспроможними.