

**А. І. Сухоставець**

доцент кафедри економіки, Сумський національний аграрний університет

## **ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМНИЦТВА І ЙОГО РОЛЬ В ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ**

Підприємства, установи, організації не можуть існувати відокремлено від суспільства, у вакуумі. Вони є наслідком діяльності цього суспільства та виконують певну соціально-економічну функцію по задоволенню різноманітних потреб його членів. В процесі свого розвитку суспільство створює певні соціально-економічні, правові умови для зародження і розвитку підприємства та підприємницької діяльності, а також може впливати на призупинення діяльності підприємства або його ліквідацію.

Таким чином, виникає необхідність визначення умов, які є сприятливими для успішного становлення, ведення та розвитку підприємницької діяльності.

Питаннями формування інституційного середовища та його ролі в формуванні соціального капіталу займалися такі вчені як Дзюбик С., Ривак О., Хоскінг А., Бруно А. та інші.

Так Дзюбик С. та Ривак О. [1] приводять наступні загальні умови розвитку підприємництва для країн з ринковою економікою: стабільність державної економічної і соціальної політики, яка є джерелом формування у підприємців і інвесторів упевненості в тому, що вони не стануть жертвами кон'юнктурних політичних рішень або компаній; позитивна громадська думка - ставлення до підприємництва як до одного із престижних занять у суспільстві, терпимість до підприємницьких невдач; пільговий податковий режим, який забезпечує дійові стимули для відкриття нових підприємств і розширення існуючих; наявність розвинутої інфраструктури підприємництва - інноваційних і впроваджуючих центрів, що фінансуються на пайових началах державою і приватним бізнесом, консультативних центрів і центрів з питань підготовки підприємців; ефективна система захисту інтелектуальної власності, дія якої охоплює не тільки винахідництво, але й всю продукцію, в тому числі нові ідеї, концепції і методи ділової активності; дебіюрократизація процедури регулювання господарської діяльності з боку державних органів, зокрема скорочення форм звітності, полегшення правил реєстрації нових фірм тощо.

В найбільш загальному плані підприємницьке середовище, його основні характерні складові задаються економічною системою кожної держави. Так англійські дослідники вважають, що система вільного підприємництва є економічною системою, яка характеризується наявністю у громадян права володіння капіталом і власністю, а також права займатись підприємництвом при обмеженому втручанні держави [2]. Система вільного підприємництва стимулює діяльність підприємців, а також прагнення приватних власників до прибутків.

Найбільш повну характеристику підприємницького середовища подає англійський економіст А. Хоскінг, вважаючи його основними складовими не тільки економічну, а й політичну ситуацію, правове, соціально-культурне, технологічне, географічне, інституціональне та організаційно-технічне середовище [2].

У цілому підприємницьке середовище включає в себе економічну обстановку, політичну ситуацію, правове, соціально-культурне, технічне, фізичне та інституціональне середовище.

Зарубіжні вчені виділяють також інші фактори підприємницького середовища. Так, А. Бруно [3] побудував модель підприємницького середовища, яка базується на багатьох факторах підприємництва.

Варто зазначити, що при дослідженні підприємництва, необхідно розмежовувати поняття підприємницького клімату і підприємницького середовища. Складові підприємницького середовища є пасивними до тих пір, поки не буде створений підприємницький клімат. Останній є більш активною і динамічною категорією, що означає сукупність конкретних параметрів підприємницького середовища, які регулюють, регламентують, визначають підприємницьку діяльність і з якими підприємець як суб'єкт господарювання вступає у взаємодію, розвивається сам і спонукає їх до саморозвитку.

Підприємницьке середовище характеризується суспільно-економічною ситуацією, що склалась у суспільстві. В дане визначення включаються наявність підприємницького корпусу, стан правової бази підприємництва, ставлення суспільства до підприємництва, домінування економічних зв'язків ринкового типу, можливість залучення підприємницького капіталу, ступінь економічної свободи тощо. Останній фактор – економічна свобода суб'єктів господарювання, вона являє собою свободу господарської діяльності, торгівлі, землекористування, співробітництва та ін. Економічна свобода однаково важлива як для підприємця, так і для споживача, оскільки вона створює середовище для творчої діяльності особистості, сприяє реалізації підприємницької ініціативи.

На практиці економічна свобода означає право розпочинати або припиняти власну справу, купувати будь-які ресурси, використовувати будь-яку технологію, виробляти будь-яку продукцію і пропонувати її до продажу за будь-якою ціною, вкладати свої кошти на власний розсуд [4].

В Україні процес становлення вільного підприємництва розпочався разом з трансформацією економічної системи та початком процесу роздержавлення. Тимчасовий вакуум економічної координації, якою характеризувався даний процес, негативно позначився на формуванні політичної і економічної ситуації в країні, загострив соціальні проблеми у суспільстві.

Формування адекватних ринкових економічних відносин було ускладнено структурною недосконалістю та диспропорційністю національної економіки, що сформувалась під впливом принципово інших важелів економічної координації та мотивації: надмірно висока частка важкої промисловості, обмежене виробництво споживчих товарів, неефективна система збуту, нерозвинена галузь роздрібною торгівлі.

Значна недосконалість ринкового середовища у перехідний період проявлялась у нерозвиненості й викривленому характері грошової системи, дефіциті внутрішнього попиту, обмеженій мобільності ресурсів та слабкій фінансовій системі, нерациональності структури продуктивних сил, недосконалій законодавчій сфері. Криза фінансів мікрорівня, катастрофічне звуження ємності внутрішнього ринку, надто високий податковий прес практично позбавили більшість підприємств здатності до ведення самостійних

відтворювальних процесів. Частина підприємств це спонукало до одержання «ренти» у вигляді пільг, преференцій чи послаблень у дотриманні нормативноправових вимог. Відтак, це призвело до обтяження державної політики тиском приватних інтересів, що суттєво зменшило її дієвість та збалансованість. Інша частина підприємств перемістилася до «тіньової» економіки, перетворившись на політичних антагоністів держави.

Розвиток підприємництва в Україні гальмують також високі податки, корумпованість державних чиновників, недосконале і нестабільне законодавство, високі відсоткові ставки за кредит, низька платоспроможність населення та інші чинники. Все це створило істотні перешкоди для формування сприятливого підприємницького середовища.

У 1996 році, в рамках Проекту сприяння підприємству, Міжнародна Фінансова Корпорація (МФК), член Групи Світового Банку, розпочала щорічні дослідження малого та середнього підприємництва в Україні та аналіз регуляторного середовища для розвитку підприємств. Предметом дослідження стала низка факторів, що визначають умови для ведення бізнесу в Україні, а саме: доступ до зовнішнього фінансування, система оподаткування, державне регулювання зовнішньоторговельної діяльності, одержання дозволів, сертифікація, одержання ліцензій, реєстрація та проведення перевірок підприємств [5].

Згідно опитування представників українських підприємств, протягом останніх трьох років основними перешкодами для розвитку бізнесу стали: оподаткування, нестабільність законодавства, недобросовісна конкуренція, нестача кваліфікованих працівників, політична нестабільність, корупція, регуляторне середовище, залучення додаткових фінансових ресурсів, підприємницький клімат на місцевому рівні, дії центральних органів влади, кримінальний тиск.

Проте, варто зазначити, що незважаючи на негативні тенденції, в Україні створено умови для формування сучасної системи інститутів підтримки підприємництва, що в свою чергу позитивно вплине на формування соціального капіталу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дзюбик С., Ривак О. Основи економічної теорії. - К.: Основи, 1994.- 342 с.
2. Хоскінг А. Курс предпринимательства. Практическое пособие. / Пер. с англ. – М.: Междунар. Отношения, 1993. – 352 с.
3. Bruno, A.V., & Tyebjee, T. T. (1982). The environment for entrepreneurship. Encyclopedia of Entrepreneurship (pp. 288-315). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
4. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навч. посібник. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання-Прес, 2003. – 285 с.
5. Бізнес–середовище в Україні, Міжнародна Фінансова Корпорація, 2003. [www.ifc.org](http://www.ifc.org).