

УДК 334.024:334.012.64

Б. І. Ковалюк,
аспірант, ННЦ Інститут аграрної економіки УААН

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СУСПІЛЬСТВА НА СЕЛІ

Досліджується будівництво підприємницького суспільства в контексті стратегії соціально-економічного розвитку. Проаналізовано неефективність існуючих заходів підтримки підприємництва як основи підприємницького суспільства. Показано важливість системності в підтримці підприємництва.

Building of enterprise society is probed in the context of strategy of socio-economic development. Inefficiency of existent measures of support of enterprise is analysed, as bases of enterprise society. Importance of the system is rotined in support of enterprise.

ВСТУП

Мале підприємництво за природою своїх функціональних ознак вирішує цілу низку проблем: забезпечує ефективне використання обмежених природних ресурсів, швидко адаптується до змін кон'юнктури ринку, створює значну частину робочих місць. Тому розвиток малого підприємництва в умовах ринкової економіки є однією з передумов соціально-економічного зростання регіону. В умовах індустріалізації сільського господарства та відсутності з боку держави ефективної соціальної підтримки підприємництво є чи не єдиним соціально-ефективним та економічно-рентабельним напрямом відновлення села.

Питанням розвитку підприємництва приділяється увага в працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Процес становлення підприємництва в Україні в своїх працях розглядають З.С. Варналій, М.І. Долішній, К. Ляпіна, розвиток підприємництва в сільській місцевості — М.Й. Малік, Г. Монастирський, Б. Пасхавер.

Останні зарубіжні наукові публікації щодо розвитку підприємництва, зокрема дослідження Г. Ліхтенштейна, Т.С. Ліона, Н. Кутцанової, почали переходити від питання, як суспільство може допомогти розвитку підприємництва, до набагато ширшого та складнішого — як можна збудувати підприємницьке суспільство? Такий підхід логічно підводить до низки інших питань: що таке підприємницьке суспільство? Чи може воно бути створено і якщо так, то яким чином? Чому традиційні заходи підтримки

підприємництва неефективні при побудові таких суспільств у межах країни.

Вирішення поставлених питань зумовило коло завдань даної роботи. В даній роботі запропоновано авторське бачення категорії "підприємницьке суспільство". Розглядаються основні підходи до розвитку підприємництва через призму запропонованого визначення, вказано на їх обмеження. Запропоновано набір практик, що ґрунтуються на науковому та емпіричному аналізі наявних досліджень даної проблематики для місцевих суспільств, щоб показати шляхи самоорганізації з метою трансформації в підприємницьке суспільство.

РЕЗУЛЬТАТИ

Для того, щоб відповісти на запитання: що таке "підприємницьке суспільство"? необхідно спершу розглянути термін "підприємництво". Й. Шумпетер розглядає підприємництво в його системі: "функція підприємців полягає в тому, щоб реформувати чи революціонізувати виробництво, використовуючи винаходи чи, в більш загальному розумінні, у впровадженні нових технологічних рішень при виробництві нових продуктів чи виробництві старих продуктів новими методами, відкриваючи нові джерела сировини та матеріалів чи нові ринки" [1]. Потрібно зауважити, що Б. Клайн дещо уточнює рамки підприємницької функції — як знаходження оптимального співвідношення між "базисним з економічної точки зору та можливим з технологічної" [2]. Відтак, виділяються дві основні складові підприємницького процесу:

можливість та інновації. Відповідно метою підприємництва є становлення та розвиток на нових економічних можливостях через інновації — як пошук нових рішень до існуючих проблем або поєднання існуючих рішень з незадоволеними потребами чи новими можливостями. Інноваційну складову слід розглядати в залежності від контексту, в якому має місце діяльність.

На наш погляд підприємницькі суспільства відрізняють певні види поведінки і дій. По-перше, в них присутня критична маса підприємців, які активно використовують нові можливості ринку. Їхня діяльність має бути достатньо активною, щоб забезпечити будь-яке зниження в господарській діяльності в межах суспільства інших господарюючих суб'єктів. Це може відбуватися як через зростання обсягів господарської діяльності у існуючих суб'єктів, так і створенням нових структур на місці збанкрутих чи тих, хто залишив ринок суспільства.

По-друге, є група підприємців, яка має чіткі і відмінні характеристики в межах суспільства. Така група характеризується мережею відносин, через яку здійснюється розподіл підтримки, необхідної для розвитку фірм (ресурси, ноу-хау, інформація). Потоки такої мережі можуть мати внутрішній характер, а також адекватно налаштовуватись на вплив ззовні.

По-третє, суспільство в цілому є підприємницьким, не лише певні його частини. Суспільство готове до змін й інвестує в зміни, необхідні для заохочення підприємництва. Підприємницький дух та підприємницька культура мають бути відображені в діях різних членів суспільства, спрямованих на підтримку підприємництва: створення кредитних програм, впорядкування правового поля, вітання нових членів та включення їх в соціально-економічну мережу тощо. Якщо суспільство хоче ефективно підтримувати підприємництво, всі члени суспільства повинні підтримувати такі прагнення.

Серед основних факторів, що забезпечують ефективність становлення підприємницького суспільства, є наявність соціального капіталу. Відповідно до визначення Світового банку соціальний капітал — це інститути, відносини та норми, які сформувалися якісно та кількісно, соціальна взаємодія в суспільстві [6]. Емпіричні дослідження підтверджують, що соціальна єдність є визначальним фактором економічного процвітання та сталого розвитку суспільства. Соціальний капітал в підприємницькому суспільстві може існувати в різних формах: регіональних мереж підприємців та їх підприємств, географічно заснованих кластерів, у

формі співпраці між підприємницьким та соціальними секторами.

В інших дослідженнях вказується на те, що "ключем" до підприємницького суспільства є людський капітал [3]. Суспільства повинні здійснювати політику направлену на інвестування в кваліфікованих людей, забезпечувати позитивне сальдо міграції підготовлених кадрів, сприяти розбудові інфраструктури для людського та ділового розвитку. Виховування людського капіталу має значний вплив на розвиток місцевого підприємництва.

Для будівництва підприємницького суспільства необхідна повна "інноваційна інфраструктура", яка має складатися з критичної маси підприємців в певних напрямках діяльності, адекватних послуг їхньої підтримки, культурі й заохочення підприємництва. Суспільство має виконувати функцію "помічника підприємця", зміст якої полягає в знаходженні підприємців, стимулюванні їх до дій, побудові структури взаємовідносин між підприємцями та джерелами допомоги.

Наведені фактори сприяють успіху в побудові підприємницького суспільства. Проте на місцевому рівні першочерговим є розвиток підприємництва як фундаментної основи для подальшого будівництва.

Розвиток підприємництва слід розглядати як допомогу підприємцям у створенні, розвитку і виживанні їхніх фірм [4]. Це економічна стратегія розвитку, яка прагне створити сприятливе підприємницьке середовище, в якому можуть розвиватися підприємці. Таким чином, вона розглядається багатьма науковцями як стратегія розвитку підприємницького суспільства.

Розвиток підприємництва, безперечно, позитивно впливає на соціально-економічний розвиток громади. По-перше, така стратегія має передбачати розвиток, а не просто кількісний приріст таких показників, як кількість фірм, робочих місць, податкових платежів. Вона повинна звертати особливу увагу на їхню якість, наприклад: чи більший рівень зарплати на створених робочих місцях за прожитковий мінімум, чи зареєстровані фірми здійснюють свою діяльність в економічній зоні суспільства тощо. По-друге, місцеві компанії, використовуючи наявні ресурси, експортують продукцію, імпортуючи прибуток в місцеву економічну систему. По-третє, місцеві підприємці є більш лояльними до суспільства, в якому вони розвинулися, ніж до інших. Вигоди від їхньої діяльності можуть проявлятися в меценатстві, спонсорстві соціальних проектів тощо.

Таблиця 1. Динаміка розвитку елементів інфраструктури підтримки малого підприємництва в Україні за 2000–2008 рр.

Елементи інфраструктури		2000	2004	2008
1	Бізнес-центри	124	321	465
2	Бізнес-інкубатори	46	73	69
3	технологічні парки	6	19	40
4	лізингові центри	64	187	790
5	фонди підтримки підприємства:	72	151	277
	в т.ч. регіональні		82	111
6	небанківські фінансово-кредитні установи:	1301*	1225	2526
7	інвестиційні та інноваційні фонди і компанії	359	1007	3061
8	інформаційно-консультативні установи	3148* *	1445	3233
9	громадські об'єднання підприємців:	727	1683	1714
10	в т.ч. зареєстровані на регіональному рівні		767	937
11	координаційні ради з питань підприємництва (регіональні)		680	682

Примітки: * – фінансово-кредитні установи, включаючи банки;
** – включаючи юридичні, страхові, аудиторські організації;
джерело даних [5].

В Україні в напрямі формування системи підтримки малого підприємництва з боку держави вже зроблені певні кроки. Зокрема, сформовано основи правового поля функціонування малого підприємництва, прийнято ЗУ "Про державну підтримку малого підприємництва" та ЗУ "Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні". Сформовано декілька спрощених систем оподаткування: єдиний податок, фіксований податок, єдиний сільськогосподарський податок. Вони вважаються одними з найліберальніших в Європі. Сформовано інфраструктуру підтримки розвитку малого підприємництва, яка в Україні складається з трьох напрямів: державного, недержавного та громадського. До інфраструктури підтримки входить значна кількість "постачальників послуг" або "постачальників" підтримки (табл. 1).

Проте система підтримки підприємництва є недосконалою. Немає спеціалізованих програм цільової підтримки підприємництва, а фактичне надходження коштів з державного бюджету на проектний запит УФПП у відсотках складає: 2003 р. — 23,5%, 2004 р. — 4,6%, 2005 р. — 11,4%, 2006 р. — 0,5%, у 2007 та 2008 рр. кошти з державного бюджету взагалі не виділялись [5].

На місцевому та регіональному рівні відповідно до законодавства розробляються відповідні програми підтримки малого підприємництва. В усіх регіонах існують представництва Українського фонду підтримки підприємництва та Держкомпідприємництва, які покликані лобювати інтереси малого підприємництва. Та здійснювані заходи не мають необхідного результату розвитку підприємництва.

На основі літератури та соціологічних досліджень серед підприємців ми проаналізували інструменти системи підтримки підприємництва та виділили ряд недоліків, які обмежують можливості розвитку малого підприємництва та будівництва підприємницького суспільства в нашій країні. Серед основних виділимо такі:

1. У більшості дій, спрямованих на розвиток підприємництва намагаються використовувати спеціалізовані інструменти, замість того, щоб орієнтуватися на специфічні потреби підприємців. Процес підтримки зазвичай включає

інструменти, які використовувались в інших суспільствах, соціально-економічних умовах тощо. Сукупність інструментів підтримки підприємництва має універсальний характер, або незначну модифікацію до умов сформованих в суспільстві, не приділяючи уваги пошуку потреб підприємців у системі підтримки в конкретному суспільстві.

Впевненість, що запропоновані програми та заходи підтримки підприємництва будуть дієвими, часто заснована на факті, що вони здійснювались в інших місцях, а не на підставі доведеного успіху та дослідження попиту на них серед підприємців. Якщо система підтримки не ґрунтується на потребах підприємців, то вона ризикує не знайти клієнтської бази, що призведе до її провалу.

В Україні наявний конфлікт між системою підтримки (постачальниками послуг підтримки) та підприємцями (споживачами цих послуг). Незважаючи на заходи підтримки з боку держави та місцевих органів влади якісного зростання підприємництва в Україні не відбувається, незначний кількісний приріст пояснюється надзвичайно складною процедурою ліквідації суб'єкта господарювання [7]. Тобто на "ринку" підтримки підприємництва просуються послуги, які можуть бути запропоновані, а не ті, які необхідні підприємцям.

Проблема невідповідності рівня якості пропозиції та попиту має два сценарії розвитку. Перший — коли заходи підтримки, пропоновані послуги, мають набагато вищий якісний рівень, аніж потреби підприємців у даному суспільстві. Другий — зворотній, коли якість пропонованих послуг підтримки менша за рівень потреб підприємців. Такі невідповідності вини-

кають внаслідок неадекватної оцінки потреб підприємців.

При побудові систем підтримки слід проводити детальний аналіз потреб фактичних, майбутніх та потенційних підприємців у суспільстві. Спроби оцінки потреб підприємців на послуги підтримки наштовхуються на ряд проблем, які суттєво впливають на ефективність висновків.

Однією з проблем є те, що підприємницькі потреби не можуть бути детально сформульовані або їх досліджують методами, які не достатньо їх аргументують. Наприклад, відповідь на запитання про необхідність фінансової підтримки, вочевидь, звучатиме — "так". Але чи готовий підприємець використовувати ресурси або програму — не відомо. Проблема має бути сформульована наступним чином: чи потреба у фінансовій підтримці є суттєвою перешкодою для становлення або розвитку бізнесу?

Проблемним питанням є вибір діапазону потреб підприємців, які необхідно дослідити. Наприклад, фінансові потреби отримують багато уваги, тоді як маркетингові, інформаційні, наукові, технічні та інфраструктурні відносно проігноровані. В Україні існує два класи проблем підприємців: внутрішні проблеми — здатність підприємця використовувати специфічні ресурси, та зовнішні — доступність ресурсів. У оцінці потреб підприємців найбільше уваги приділяється правовій та фінансовій підтримці. Ми вважаємо, що це пов'язано з світоглядом людей, які проводять такий аналіз, та базою аналітичних досліджень, яку вони використовують. В даному випадку розвитком підприємництва в Україні займаються чиновники, які в своїй діяльності часто змушені вирішувати ефективність використання обмежених бюджетних коштів, тому питання фінансів є, на їхню думку, першочерговим. Такі дії є несвідомим відхиленням від основного акценту проблеми. Вони свідчать про те, що не використовується вся сукупність підходів для оцінки потреб підприємців, які є багатограничними та різносторонніми.

Підприємницькі потреби важко визначити з декількох причин. По-перше, підприємці не завжди можуть чітко сформулювати проблему, яка потребує вирішення, вони розуміють її наслідки та симптоми, але не завжди причину. По-друге, більшість підприємців не завжди відверті з інтерв'юерами, яких вони не знають особисто, для того, щоб розповісти про свої найважливіші проблеми та потреби. По-третє, існуючий формат збору і обробки інформації в Ук-

раїні не відповідає вимогам часу. Статистичні огляди, які проводяться, не здатні провести аналіз відповідності повідомлень підприємців до їх фактичних дій. Відповідність проблемі при впровадженні програми може бути досягнута шляхом оперативного поточного аналізу ефективності запропонованих заходів та адекватних коригувань заходів на спостережувані результати.

При визначенні потреб підприємців в Україні потрібно врахувати, що на даний час це не сформований клас (як фактично існуючі, так і потенційні), до того ж більшість з них здійснюють свою діяльність напівлегально або взагалі в тіні, тому вони не бажають іти на співпрацю з організаціями, які здійснюють процес збору інформації.

2. Програми підтримки підприємництва дискретні та вузько направлені. Більшість структур підтримки спеціалізується на специфічній функціональній області підтримки, без будь-якої прив'язки до загальної структури потреб підприємців у суспільстві.

Зміст у тому, що проблеми підприємців складні та багатовимірні. Вони не завжди зводяться до простого, єдиного рішення, причому це не обов'язково фінансові, управлінські, інформаційні чи технологічні. Не врахування даного фактора в кращому випадку частково вирішить проблему, в гіршому — підприємці не використовуватимуть послуги підтримки такого роду.

Постачальники послуг підтримки прагнуть функціонувати в повній ізоляції один від одного, яка зміцнюється тим фактом, що кожна організація прагне зберегти свою фінансову, інформаційну, правову незалежність. Такі організації неохоче діляться інформаційними базами, методами роботи, та сферою впливу на підприємців, до того ж в Україні вони впливають на розподіл бюджетних коштів та міжнародних грантів, спрямованих на розвиток підприємництва, що теж породжує певну "конкуренцію". За таких умов підприємці наштовхуються на непов'язані та спеціалізовані організації підтримки. Для отримання цілісної картини про їхні послуги підприємцям необхідно володіти достатнім рівнем знань та умінь, обсягом необхідної інформації. Тобто мати здібності висококваліфікованого аналітика, якими більшість підприємців не володіють.

Поки що проблема фрагментації підтримки розвитку підприємництва не отримала належного рівня вивчення серед вчених, значною мірою через те, що більшість досліджень у даній сфері зосереджуються на окремих інструмен-

тах чи програмах, не розглядаючи можливість їхньої кооперації.

Підприємці, які звертаються до пропозицій програм підтримки, бачать "лабіринт" без входу та виходу. В результаті чого не завжди зрозуміло, де можна отримати необхідну допомогу, більшість пропозицій підтримки не має клієнтської бази, а рівень ефективності підтримки набагато менший від максимально можливого.

Іншою причиною фрагментації програм підтримки є зосередження організацій підтримки на певному прошарку підприємців, яких вони обслуговують в межах суспільства. Деякі програми можуть передбачати широке коло послуг лише для певного типу фірм.

У межах суспільства такий підхід має право на існування, та проблема в тому, що він часто розглядається як окрема стратегія. Якщо позитивні результати можна отримати швидко і вони будуть значними, то тривалість ефекту без системного розвитку буде короткостроковою. Такий підхід є негативним ще й з огляду на те, що вимогам програми підтримки (наявність ліцензії, відповідної освіти, місце розташування тощо) відповідає незначна кількість підприємців. Якщо підтримка передбачатиме фінансову допомогу, це може породжувати корупцію.

Прихильники стратегії підтримки певного типу підприємців часто наводять тезу про те, що підприємництво — це вроджений дар, тому необхідно підтримувати лише "успішних" підприємців. Тоді будь-яка стратегія, спрямована на очікування та виявлення тих, хто виявиться найуспішнішим, і концентрація усіх зусиль підтримки на цьому прошарку підприємців є найбільш логічною та виправданою.

На нашу думку, підприємство — це навички, яких можна навчитися, тому здатність до підприємництва це більше набута риса, аніж вроджена. Зусиллями держави, місцевих органів влади та організацій підтримки підприємництва можна збільшити кількість та покращити якість підприємництва в суспільстві.

Є, інші напрями фрагментації розвитку підприємництва в суспільстві. Програми мікрокредитування та бізнес-інкубатори спрямовані на співпрацю з індивідуумами з низьким рівнем доходу. Люди, котрі отримали таку допомогу, зокрема в центрах зайнятості, загалом виявилися задоволеними набутими знаннями, але більшість з них не отримують належної підтримки для подальшого розвитку. Тому такий напрям теж не може існувати відокремлено від загальної системи підтримки.

Позитивним для розвитку малого підприємства була програма формування системи "єдиного вікна", відповідно до якої значно спрощується процедура реєстрації суб'єкта господарювання, але вона не передбачає інструментів для підтримки в подальшому розвитку підприємців.

Безумовно, такі секторні стратегії мають свої позитивні риси (економія від масштабу, універсальність методів аналізу тощо), але в той же час вони мають негативний характер, коли підприємці та організації підтримки діють лише в їх межах, не контактуючи із іншими елементами загальної системи підтримки підприємства.

3. Наступною проблемою є те, що недостатньо уваги приділяється виконанню програм підтримки. Значна увага та ресурси присвячені вивченню проблем і дискусіям про їх вирішення, замість реалізації дієвих заходів. Багато науковців, політиків та експертів пропонують свої шляхи вирішення проблеми розвитку підприємництва. Їхньою спільною рисою є відсутність деталей, про те, як їх здійснити.

Саме ця прірва між ідеями та їх втіленням у життя має бути подолана. Тому необхідно більш критично оцінювати діяльність системи підтримки.

4. В Україні не існує загальної інформаційної бази, де б зберігалася інформація про успішні приклади програм та результати невдалих заходів підтримки. Така інформаційна мережа дозволила б враховувати прорахунки та позитивний досвід при формуванні наступних стратегій розвитку підприємництва. На жаль, більшість результатів отриманих на практиці залишаються прихованими від широкого загалу.

Прикладом цієї проблеми є багаторазові спроби обґрунтувати набір "кращих" методів підтримки. Ми вважаємо такі зусилля марними, оскільки жодні методи не можуть бути кращими для кожного окремо взятого випадку. Більш доцільним є ідентифікація "успішних" методів і конкретизація умов, за яких вони були успішними. Причому умови слід розглядати як невід'ємний елемент аналітичної частини робіт, які описують практичні результати програм.

5. Концентрація зусиль підтримки спрямована на бізнес, а не на підприємництво. Нерозуміння розбіжності значень цих категорій зумовлює неефективність застосовуваних методів. Організації підтримки можуть надавати різносторонню допомогу бізнесу, але вона буде марною, оскільки підприємці не в змозі прийняти запропоновані заходи.

Інвестори визнають, що ефективний підприємець — ключ до успіху, тому що висококваліфікований підприємець може мати успіх навіть у несприятливому середовищі, а менш кваліфікований — може привести бізнес до банкрутства навіть за сприятливих умов [8].

Таким чином, якщо при формуванні програм підтримки зосереджуватись лише на бізнесі, то пропускається частина нерівності і в деяких випадках, важливіша частина. До того ж, недостатньо приділяти увагу підприємцеві — необхідно проаналізувати рівень відповідності взаємозв'язку між бізнес середовищем, підприємством та умінням підприємця.

Концентрація зусиль на бізнесі має короткостроковий ефект підтримки. Вона зумовлює втрату зв'язку між організаціями підтримки та підприємцями, та не впливає на формування підприємницьких навичок та вмій, не сприяє еволюції індивідуального ділового таланту та економічних систем суспільства до більш високих вимог роботи. Для подолання даної проблеми необхідно вибудовувати довготривалі та важені зв'язки з підприємцями.

6. За існуючих умов в Україні ніхто не несе відповідальності за надання підтримки підприємцям ні на державному, ні на місцевому рівні. Програми розвитку підприємництва, по суті, інертні. Зазвичай вони чекають індивідів, які прагнуть започаткувати власну справу, тому звертаються по допомогу програми.

Відсутність елементарних зусиль пошуку клієнтів для послуг підтримки впливає на кількість та якість підприємців у суспільстві.

Ця функція передбачає проведення ґрунтовної та тривалої роботи. Тому вона може виконуватися не лише постачальником послуг підтримки, а й іншою організацією, яка несе відповідальність за розвиток підприємництва на рівні суспільства.

7. Низка проблем розвитку підприємництва викликана тим, що чиновники, не підприємці, керують програмами підтримки. Це яскраво проявляється в тих випадках, коли обмежуються потреби підприємців на користь інтересів тих, хто розробляє програми. Наприклад, держава чи місцеві органи влади вкладають кошти в фінансування робочих місць та технічне оснащення бізнес-інкубаторів, в той же час на технічну підтримку підприємців виділяються незначні кошти або взагалі такої допомоги не надають; зменшення оперативної підтримки, незважаючи на існуючий попит, аргументоване необхідністю самостійного розвитку, тощо.

8. Розвиток підприємництва рідко проводиться в масштабі, який достатній, щоб істот-

но вплинути на економічний розвиток суспільства. Якщо ціллю є побудова підприємницького суспільства, то масштаб має критичне значення. Дії мають бути спрямовані на розвиток всього суспільства, за умови фрагментації, локальності заходів підтримки ефект буде незначним. І в результаті розвиток матиме обмежений характер.

ВИСНОВКИ

Успіх у побудові підприємницького суспільства може призвести до створення нових робочих місць, росту добробуту та поліпшення якості життя в суспільстві. Але рівень розвитку підприємництва в даний час не дозволяє побудувати такі суспільства. Система підтримки має дискретний локальний характер, концентрація зусиль не завжди має правильну цільову орієнтацію, масштабування інструментів не враховує потреб всього суспільства.

Побудова підприємницького суспільства передбачає більше ніж декілька програм підтримки підприємництва. Розгляд параметрів готовності суспільства до трансформації в підприємницьке та основних стратегій побудови підприємницького суспільства є предметом нашого дослідження в подальших наукових працях.

Література:

1. Капіталізм, Соціалізм и Демократія / [Шумпетер Й.А.] / Пер. с англ.; Предисл. и общ. ред. В.С. Автономова. М.: Экономика, 1995. 5—40 с.
 2. Klein B.H. Dynamic Economics. Cambridge. — Massachusetts: Harvard University Press. 1977.
 3. Florida R. The Rise of the Creative Class. — New York: Basic Books. — 2002.
 4. Koven S.G. & T.S. Lyons Economic Development: Strategies for State and Local Practice. — Washington, DC: International City/County Management Association. — 2003.
 5. Національна доповідь: Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні. — К.: Логос, 2009. — 177 с.
 6. Що таке соціальний капітал? Київська лекція Френсіса Фукуями // День. — 2006. — 17 жовт. — № 177. — С. 4.
 7. Аналітичне дослідження: Бізнес середовище в Україні: Проект "Розвиток підприємництва в Україні" // Міжнародна фінансова корпорація. — 2007. — 56 с.
 8. Gerber M.E. The E-myth revisited: Why most small business don't work and what to do about it, New York: HarperCollins. — 1995.
- Стаття надійшла до редакції 21.11.2009 р.