

ті потреб індивідів, а також враховуючи наявні ринкові ціни товарів і послуг, що споживаються. В основі теорії споживчого вибору лежить поняття корисності, під якою розуміють задоволення, що його людина отримує від споживання певного блага. Існує два підходи до визначення рівноважного стану споживача, що базуються на різних концепціях теорії корисності – кардиналістській (кількісній) та ординалістській (порядковій).

Кардиналістська теорія поведінки споживача передбачає можливість кількісного вимірювання корисності і базується на двох законах Госена. Ординалістський підхід до визначення оптимального споживчого вибору використовує тільки інформацію щодо ступеня привабливості певного товару чи послуги для конкретного споживача. Тут застосовується інструментарій кривих байдужості та бюджетної прямої, який створює можливості більш глибокого аналізу поведінки споживача та умов досягнення ним рівноважного стану при зміні його доходів і цін на блага, що споживаються. Теорія поведінки споживача, викладена з допомогою ординалістського підходу, дає змогу побудувати криву "споживання – дохід", криву Енгеля, криву "споживання – ціна", криву індивідуального попиту, а також відокремити ефект заміщення та ефект доходу [7]. Теорія оптимального вибору споживача і теорія попиту тісно взаємопов'язані між собою. В останній, зокрема, розроблено цілу низку показників, які характеризують ступінь реагування споживання блага на зміну його ціни (еластичність попиту за ціною), на зміну доходів споживачів (еластичність попиту за доходом) та на зміну цін інших благ (перехресна еластичність попиту).

Теорія поведінки споживача знаходить широке практичне застосування. Зокрема, її ефективно використовують для аналізу споживання в умовах дефіциту товарів і послуг. Окрім того, інтерпретація теорії споживчого вибору на основі порядкової концепції корисності покладена в основу моделі міжчасового вибору споживача І. Фішера. На кількісній концепції корисності базується дослідження поведінки споживачів в умовах невизначеності.

Вивчення суті та інструментарію дослідження категорії споживання не обмежується макро- та мікроекономічним аналізом. Оскільки економічна система функціонує як єдине ціле, то її макроскладова не може існувати відокремлено від мікрорівня економічної науки. Своєрідним теоретичним містком, що структурує економічне знання в ієрархічну систему є мікроекономічні моделі макроекономіки. Розробку таких моделей стосовно поведінки споживачів започаткував Дж. М. Кейнс, який досліджував визначники споживчих видатків населення у короткостроковому періоді. Для пояснення особливостей споживання не тільки у короткостроковому, а й у довгостроковому періоді згодом було запропоновано гіпотези відносного доходу Дж. Дюженбері, життєвого циклу Ф. Модільяні, постійного доходу М. Фрідмана і випадкового блукання Р. Хола. Моделі споживання, розвинуті на основі зазначених гіпотез, дали змогу поглибити розуміння цієї категорії і створили можливості для точнішого прогнозування поведінки домогосподарств у сфері споживання.

Аналіз категорії споживання займає важливе місце у наукових дискусіях останніх десятиліть [8]. Багато відомих економістів значну частину своїх аналітичних праць присвячують дослідженню проблеми споживання домогосподарств, що знову ж таки підкреслює її непересічне значення у сучасній економічній науці.

Література

1. Мэнкью Н. Г. Принципы экономик-с. – СПб: Питер Ком, 1999. – С. 776.
2. Hall R. E., Taylor J. B. Macroeconomics. – W. W. Norton & Company, 1993. – P. 270.
3. The MIT Dictionary of Modern Economics/ Ed. by D. W. Pearce. – The MIT Press, 1995. – P. 79.
4. Семюелсон П. А., Нордгауз В. Д. Макроекономіка/ Пер. з англ. – К.: Основи, 1995. – С. 168.
5. Дорнбуш Р., Фішер С. Макроекономіка/ Пер. з англ. – К.: Основи, 1996. – С. 76.
6. Манків Н. Г. Макроекономіка/ Пер. з англ. – К.: Основи, 2000. – С. 120-132.
7. Ястремський О., Грищенко О. Основи мікроекономіки. – К.: Знання, 1998. – с. 150-172.
8. Romer D. Advanced Macroeconomics. – McGraw Hill, 2001. – P. 330.

УДК 330.342:339.18

Аспір. О.О. Кравченко¹³ – Львівська КА

СУТЬ КОМЕРЦІЙНОГО БІЗНЕСУ: ПОНЯТТЯ І ТЕРМІНИ

Розглядаються основні поняття і терміни, які формують суть вітчизняного бізнесу, пропонується особистий погляд на систему основних складових елементів комерційного бізнесу.

Ключові слова: комерційний бізнес, суспільна, приватна та колективна ініціатива.

Doctorate O.O. Kravchenko – Commercial Academy of Lviv

The essence of commercial business: notion and terms

Basic notions and terms which form the essence of national business are viewed in the present article. The personal view on the system of basic components of business is proposed.

Key words: commercial business, notion, terms.

Поступальна трансформація вітчизняної економіки від обмеженої планово-розподільчої моделі до дійсно ринкової змінює основні пріоритети і параметри розвитку суспільного економічного механізму. На передній план виходять суто ринкові важелі регулювання потреб і інтересів окремих індивідів і суспільства в цілому. При цьому акцент радикально зміщується від першочергового задоволення інтересів держави (обмежена модель економіки) до врахування інтересів кожного окремого громадянина країни (вільно ринкова модель економіки) за активної участі держави як гаранта найповнішого задоволення цих інтересів.

¹³ кафедра економіки підприємства, Львівська комерційна академія

Визнання державою права кожного її суб'єкта на першочергове задоволення власних потреб і інтересів за умови врахування ним суспільних, загальнодержавних інтересів знаменує перехід до ринкової економіки. Максимально повна і вільна реалізація економічних потреб і інтересів членів суспільства є складовою частиною прав людини, становить матеріальну основу для найповнішої реалізації свободи людини, її матеріальної незалежності від інших людей і суспільства в цілому.

Перехід до принципово нової економічної моделі не тільки змінює механізм і важелі господарського механізму країни; розширюється теоретична база вітчизняної економічної теорії, в неї органічно вливаються нові поняття і терміни, які описують якісні зміни в практиці господарювання.

Одним із таких понять є поняття "бізнес" – стосовно нове і маловивчене поняття, яке більш точно і повно характеризує новий тип суспільно-економічних відносин, що поступово складається в країні. Раніше соціалістична теорія постійно "прив'язувала" дане поняття до буржуазних, капіталістичних моделей господарювання і розглядала його під кутом суцільної критики "антинародної його сутності". Через це сутність, види і форми бізнесу, його прояви і методи здійснення до сьогодні є практично неописаними і невивченими у вітчизняній науковій літературі.

Зміна пріоритетів в суспільно-економічному розвитку країни потребує, на наш погляд, поглибленого вивчення сутності і змісту поняття бізнесу, його комерційної частини. При цьому важливим бачиться встановлення місця і ролі бізнесових взаємин в системі суспільно-економічних відносин держави в умовах формування квазіринкової економічної моделі.

Термін "бізнес" ввійшов в міжнародну лінгвістику з англійської мови і виник на базі слова "busy", яке має чимало синонімічних трактувань – справа, діло, робота, праця і т.д. Аналогічно до словоутворюючої конструкції, термін "бізнес" в економічному контексті вживається у багатьох значеннях, він одночасно використовується для означення будь-якого виду діяльності і окремої спеціалізації; загальних принципів і технологічних особливостей ведення справи; виробництва матеріальних благ, їх обміну і реалізації; характеру і роду зайнятості людей тощо.

Західні економісти визначають поняття бізнесу системно і при цьому розширюють межі його значень від діла, роботи, виробництва через систему задоволення бажань, через стиль життя людей до центральної магістралі соціально-економічної системи суспільства. Саме тому терміну "бізнес" закордонні вчені не дають чіткого однозначного визначення, адже наскільки широким є число видів, підвидів і різновидів людської діяльності, настільки широким повинно би було бути визначення бізнесу.

У вітчизняній науці стосовно терміну "бізнес" на сьогодні цілком визначеність і еkleктика, що призводить до змішування різних за суттю і змістом економічних понять. Це ускладнює розуміння і вивчення багатьох аспектів вітчизняної системи бізнесових відносин. Така ситуація частково пояснюється домінуванням деякої інерції пострадянської економічної думки, заснованої на постулаті ще соціалістичного економічного вчення, який одно-

значно стверджує що "бізнес – це діяльність, яка дає прибуток", а також, що учасник даної сфери, "бізнесмен – це комерсант, ділок".

Відгомін цього постулату – не рідкість в економічній літературі. До прикладу, А. П. Кисельов спочатку стверджує, що в свідомості людей "...поєднання бізнесу із прагненням до наживи (прибутку, доходу) правильно відображає стан речей" і тільки в другу чергу згадує, що бізнесмен може "...отримати дохід, тільки надаючи своїм клієнтам потрібні їм послуги, або, виконуючи для них корисні роботи, або, на кінець, продаючи їм товар, що їх цікавить" [1]. Думається, що насправді ситуація є кардинально протилежною і ділова людина першочергових зусиль докладає в організацію та удосконалення справи, яка приносить прибуток, який знову ж таки в основному вкладається в розширення і удосконалення власного бізнесу прямо або опосередковано.

Теоретична неопрацьованість поняття бізнесу разом із нерозумінням сутності і складових елементів комерційного бізнесу веде до змішування і ототожнювання всього бізнесу з окремими або групою його внутрішніх складових елементів, звуження сфери бізнесових відносин до структури чи інфраструктури бізнесу. Зокрема, іншим раритетом радянської ідеології є просте ототожнення, підміна поняття бізнесу із близькими до нього поняттями комерції і підприємництва.

Не системність і еkleктичність у вивченні сутності явища бізнесу переважно пов'язана з динамічними і кардинальними змінами у середовищі елементів економічної моделі перехідного типу, недостатньою вивченістю основних тенденцій (негативних і позитивних) в господарському механізмі, а, інколи, – із суб'єктивним обґрунтуванням "власного шляху" інтегрування вітчизняної економіки у світову.

Зокрема, широкого розповсюдження набула точка зору, що сутність бізнесу відповідає сутності комерції – господарській діяльності, спрямованій на створення, отримання і розподіл прибутку. При цьому береться до уваги, що з переходом до формування ринкових відносин змінюється і наповнюється новим змістом сутність даного поняття. Якщо в умовах централізовано-розподільчих відносин комерційна діяльність була тільки однією із функцій галузі торгівлі, то у ринкових відносинах комерційна діяльність виростає у стосовно відособлену сферу господарської діяльності, що характеризується комплексом специфічних методів і прийомів здійснення, базується на підприємницькій ініціативі за умови рівності форм власності, і має на меті, передусім, створення оптимального прибутку на будь-якій стадії розширеного суспільного відтворення: виробництва, обміну, розподілу, споживання.

У пострадянській економічній теорії переважає підхід до вивчення сутності поняття бізнесу через спрощене ототожнення його з комерційною діяльністю або підприємницькою діяльністю. Дійсно, дані поняття є не просто тісно пов'язаними з самим поняттям бізнесу, вони мають ключове значення для вивчення його суті. Водночас комерція і підприємництво є категоріями менш ємними, підпорядкованими, підрядними і складовими частинами глобальної системи – системи бізнесових відносин, що обґрунтовано нижче.

Поняття "комерція" походить від латинського "commercium" і використовується для означення будь-якої доцільної господарської діяльності, що має на меті створення прибутку. У своєму первісному значенні поняття комерція означало не що інше, як торгівлю, торговельну діяльність. В сьогоденнішніх умовах комерція є поняттям далеко глибшим, аніж суто торговельна діяльність, спрямована на оптову або роздрібну торгівлю знову виготовленими матеріальними благами. З поглибленням процесів суспільного розподілу праці, спеціалізації і кооперації праці комерція перетворюється у стосовно самостійну сферу бізнесових відносин з багатьма видами і формами діяльності.

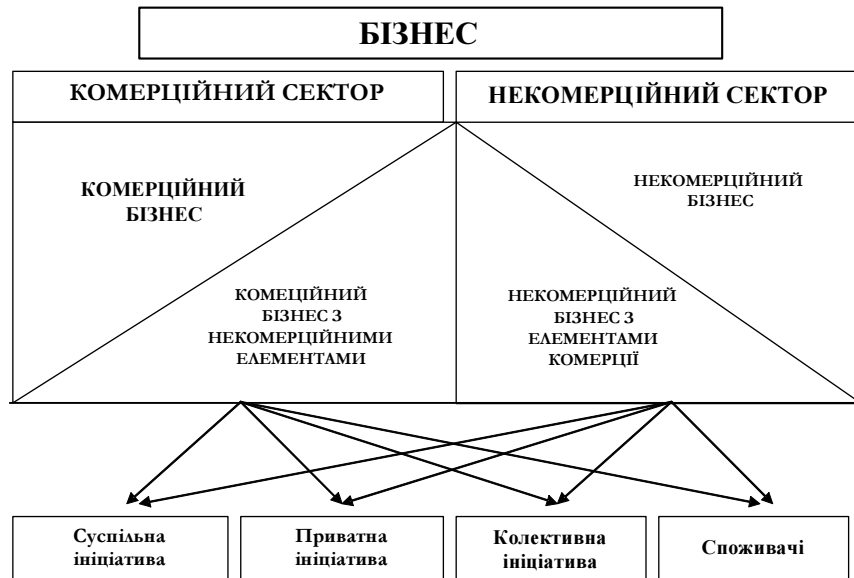


Рис. Комерційна і некомерційна сфери системи бізнесу

Підкреслюючи важливу роль і значення прибутку і в комерції, і в системі ділових відносин загалом, не варто робити його визначальним чинником, метою і ціллю бізнесу. Дійсно, прибуток у бізнесовій діяльності це надзвичайно потужний стимул для розвитку і розширення на кожній стадії суспільного відтворення, оскільки абсолютною більшістю бізнесменів рухає, передусім, матеріальний, а вже в другу чергу – моральний інтерес. Більш цього, прибуток виступає як першоджерело постійного реінвестування, розширення справи, бізнесу. Як відомо, у світовій та й вітчизняній практиці значний обсяг прибутку скеровується передусім, на відтворення, і тільки незначна частка – на особисте чи колективне споживання.

Однак, характеризуючи систему бізнесу не стосуючись окремо взятої господарської системи, про що свідчить і механізм перерозподілу прибутку, необхідно зауважити, що, поруч із провідним – значним комерційним секто-

ром (частиною), відбувається існування некомерційного сектору (частини) бізнесу. У будь-якій країні, у т.ч. й у нашій, існує цілий спектр (рис.) бізнесових відносин, які можна віднести як до комерційних, так і до частково комерційних і некомерційних взагалі.

Комерційний сектор системи бізнесу об'єднує в собі суспільну (державну), приватну і колективну ініціативу в будь-якій галузі господарської діяльності, безумовною метою якої є виготовлення матеріальних благ, їх реалізація з метою отримання прибутку. Сюди також відносяться наймані працівники, самодіяльні підприємці і споживачі, які беруть безпосередню участь в функціонуванні комерційного бізнесу і його окремих підсистем. Своєю чергою, комерційний бізнес поділяється на суто комерційний (постійно спрямований на формування прибутку) і комерційний з некомерційними елементами – в основному зорієнтований на прибуток, але в певній частині скерований на задоволення загальносуспільних, трансфертних благ і потреб державного характеру.

Некомерційний сектор бізнесових відносин складається із некомерційного бізнесу з елементами комерції (створення прибутку з метою збільшення обсягів виробництва матеріальних благ соціального, суспільного характеру) і суто некомерційного бізнесу (діяльність благодійних фондів, закладів, установ тощо) для задоволення потреб суспільства в цілому.

У вітчизняній економічній теорії і суспільній думці часто зустрічається ототожнювання поняття бізнесу з підприємницькою ініціативою, підприємництвом, що набуло активного розвитку у вітчизняній квазіринковій моделі. Однак, поняття підприємець стосується тільки стосовно невеликої частини активних членів суспільства, котрі дійсно бажають повною мірою реалізувати власну економічну свободу виробляти, переробляти, обмінювати і споживати, тим самим забезпечуючи власні матеріальні (піднесення рівня благополуччя) і задовольняючи моральні (застосування індивідуальних здібностей, знань, умінь) потреби. У той же час переважна більшість працездатного населення не бажає або не може влитися до лав підприємців, не маючи належного для цього ідеологічного та економічного підґрунтя. Якщо дані члени суспільства брали би участь в ділових відносинах у якості споживачів або найманих працівників, а не соціально інертних осіб (безробітних, тих, що працюють умовно тощо), можна би було говорити про цілісну систему бізнесу. З другого боку, підприємництво – це сукупність суб'єктів господарської діяльності, що виробляють, закупають і реалізують (обслуговують) новостворені та існуючі матеріальні блага не стосуючись конкретної галузі (виробничої чи невиробничої), а також обраної форми власності (державна, недержавна, кооперативна, інші). У вітчизняній економіці підприємництво знає екстенсивного розширення за рахунок утворення нових недержавних господарських формувань і інтенсивного розвитку – від цілковитого одержавлення у минулому до формування помітного сектору приватної господарської ініціативи в економіці.

На перший погляд, саме найбільш соціально активний прошарок людей, здатний і бажаючий постійно нести тягар бізнесового ризику, а також

організаційні формування, ними створені, і становлять систему бізнесових відносин. У дійсності – це тільки основа, базис бізнесу, адже повноцінними його суб'єктами є суспільні (державні) господарські структури, наймані працівники у всіх секторах економіки, соціально пасивні члени суспільства (не підприємці, непрацездатні) і всі вони разом взяті у якості споживачів.

Підприємництво за своєю суттю, місцем і роллю у системі бізнесу є організаційною підсистемою, остовом бізнесу, залишаючись при цьому самостійним поняттям, для якого характерні внутрішні тенденції розвитку, зміни, в яких у кінцевому підсумку впливають на формування вітчизняного бізнесу. Ця підсистема описує організаційну, стосовно консервативну попри внутрішню динаміку, сторону бізнесу – від моменту застосування, створення власної справи (включено із її організаційною формою – індивідуальна діяльність, господарське товариство, акціонерне об'єднання тощо) через розробку і втілення бізнесової стратегії даної господарської одиниці аж до моменту зміни (перепрофілювання, злиття, реорганізації) організаційної структури або закриття (ліквідації) даного суб'єкта бізнесу.

Говорячи про пасивну, але стосовно стабільну підсистему бізнесу – підприємництво, не можна не враховувати, добиваючись повноти розуміння поняття бізнесу, активної ролі матеріального блага – основного об'єкта ділових відносин, присутність якого стимулює усю систему бізнесу. Матеріальні блага – товари і послуги об'єднують у єдине ціле підприємництво і комерцію, приводять в дію систему ділових відносин, спонукаючи усіх її суб'єктів вступати у господарські зв'язки. Іншими словами, рівень розвитку підприємництва, вплив об'єктивних і суб'єктивних чинників на стан підприємницької ініціативи ще не мають панівного стовідсоткового впливу на бізнес, елементи якого зберігаються навіть за обмеженого підприємництва, оскільки взаємовідносини людей з приводу виробництва, обміну і споживання товарів і послуг скорочуються, але не зникають. Розширення в останній час кола матеріальних благ, які можна віднести до об'єктів бізнесу: включення до їх складу нерухомості, цінних паперів, робочої сили тощо, збільшує контингент безпосередніх учасників бізнесу – юридичних і фізичних осіб, сприяючи розвитку і зміцненню сукупної системи бізнесу.

Як бачимо, систему комерційного бізнесу необхідно розглядати значно ширше і об'ємніше від комерції і підприємництва. На наш погляд, бізнес – це глобальна система господарських відносин у суспільстві, яка найбільш повно проявляється в динамічних взаємозв'язках між об'єктами і суб'єктами даної системи.

Література

1. Киселев А. П. Теория и практика современного бизнеса (или как создать фирму и работать на себя). – К.: Изд-во ЛИБРА, 1995. – С. 16-17.

УДК 658.152

Доц. К.В. Прокопишак, канд. екон. наук;
здобувач. О.Д. Онищук – Львівський ДАУ

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ У СТАБІЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Світовий досвід показує, що країни з перехідними економіками неспроможні вийти з економічної кризи без залучення та ефективного використання іноземного капіталу. Акумуляуючи підприємницький, державний та іноземний капітал, забезпечуючи доступ до сучасних технологій, іноземний капітал не тільки сприяє формуванню продовольчого ринку, а й динамізує всі інші ринки. Крім того, іноземний капітал сприяє заходам із макроекономічної стабілізації сільськогосподарських підприємств, тому поза всяким сумнівом, дана тема є надзвичайно актуальною.

Ключові слова: інвестиції, ефективність, конкуренція, стабілізація сільського господарства, конкурентоспроможність продукції.

Doc. K.V. Prokopyshak, O.D. Onyshchuk – SAU of Lviv

The place and role of foreign capital in farm stability

The article grounds that the primary directions calling to solve foreign investments are deepening of farm reform, technological renewing of farm production and production of ecologically pure products.

Key words: investment, cost benefit, competition, stabilization agriculture, production competition-ability.

Практика світового розвитку свідчить: для країн, які перебувають на стадії ринкового трансформування, коли можливості мобілізації внутрішніх інвестиційних ресурсів на певний час стають вкрай обмеженими, особливого значення набувають проблеми залучення іноземних інвестицій. При цьому масштаби інвестицій залежать не стільки від пожвавлення і структурних змін як таких, скільки від змін на тих напрямках, які б надали певних темпів формуванню внутрішнього і зовнішнього ринку. У більшості країн з перехідною економікою ефективно використані іноземні капітали стають ключовим чинником їх розвитку, а інвестування за кордон сприяє їх органічній інтеграції у світове господарство. Звичайно, залучення іноземних інвестицій відіграє важливу роль і в структурі пріоритетів української економіки.

Найбільш загрозливим, на наш погляд, для України є не просто не конкурентоспроможність продукції, підприємств, галузей і національної економіки в цілому, а можливість її системного відриву від групи провідних країн – через несумісність технологій, низьку здатність економіки до інвестицій і нововведень, а також через структурно – галузеву, інституціональну і соціально-культурну несумісності. Для нашої держави актуальною є проблема забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Але іноземні інвестори не поспішають вкладати кошти в сільськогосподарське виробництво через несприятливий інвестиційний клімат, який знижує конкурентоспроможність продукції, несприятливі умови для попиту на українську продукцію на внутрішньому ринку, відсутність чи слабкість конкуренції в окремих галузях АПК, що спричинене високим рівнем монополізму.

В економічному розвитку Львівської області пріоритети надаються розвитку туризму, а тому, інвестиційна ситуація в досліджуваному регіоні