

Відповідно до обраної методики ціноутворення, підприємство розробляє свою стратегію встановлення цін на продукцію. Але стратегії розробляються тільки для вільних цін, тобто тих, які складаються на ринку під впливом попиту та пропозиції.

Процес розробки цінової стратегії включає три етапи: збір вихідної інформації, стратегічний аналіз, формування остаточної цінової стратегії.

Відсутність універсальної стратегії спонукає кожне окреме підприємство розробляти цінову стратегію відповідно для ринкової ситуації з метою врахувати всі нюанси взаємних залежностей між витратами, конкурентними умовами й діями та реакцією споживачів і купівельних станів.

Таким чином, установа цін на конкретний вид продукції – це досить складний, що залежить від ряду факторів, процес.

1. Корнієв В. Л. Цінова політика підприємства : [монографія] / В. Л. Корнієв. – К. : КНЕУ, 2001. – 287 с.
2. Крикавський Є. Промисловий маркетинг : підручник / Є. Крикавський. – Львів : Вид-во нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2001. – 234 с.
3. Пилюшенко В. Л. Промышленный маркетинг / Пилюшенко В. Л., Смеричевский С. Ф. – Д., 2003. – 538 с.
4. Промисловий маркетинг : підручник для ВНЗ / [за ред. Шубна О. О.]. – К., 2002. – 167 с.
5. Старостіна А. О. Промисловий маркетинг : теорія, світовий досвід, українська практика / Старостіна А. О., Длігач А. О., Кравченко В. А. – К. : Знання, 2005. – 764 с.

Рецензенти:

Логутова Т.Г. – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри інноватики та управління ДВНЗ “Приазовський державний технічний університет”;

Хаджинова О.В. – кандидат економічних наук, доцент, заступник декана економічного факультету ДВНЗ “Приазовський державний технічний університет”.

УДК 334.012.64

ББК 65.29

Шеленко Д.І., Жук О.І., Мегедин Н.Р., Твердохліб В.В.

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СУЧАСНА ФОРМА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Прикарпатський національний університет
ім. В.Стефаника,
Міністерство освіти і науки,
молоді та спорту України,
кафедра обліку і аудиту,
76000, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57,
тел.: 596003

Анотація. У статті досліджено проблеми становлення підприємництва та його функції в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: підприємництво, інновації, функції.

Annotation. The article deals with the problem of the formation of business and its function in the modern business environment.

Key words: entrepreneurship, innovation and function.

Вступ. Підприємництво являє собою певну форму економічної поведінки, сукупність набутих навичок і вроджених талантів, які уможливають успішне функціонування в ринковому середовищі задля досягнення бажаних цілей та отримання економічної вигоди. У теорії економіки підприємництво визначено як особливу форму діяльності або один із чинників виробництва (разом з капіталом, землею та працею).

Практика свідчить про те, що підприємництво є основою для соціальних перетворень у державі й головним фактором економічних перетворень.

Напрями та проблеми підприємництва розкрито в низці праць як вітчизняних учених-економістів, зокрема, Б.М.Андрушківа, Л.М.Васильєвої, З.С.Варналія, Ю.Є.Губені, А.П.Кисельова, В.М.Колота, І.Г.Костирка, В.В.Липчука, М.Й.Маліка, С.В.Мочерного, Л.В.Мусіяки, С.Ф.Покропивного, В.О.Сизоненка, О.Г.Шпикуляк, так і зарубіжних – Р.Кантільйона, П.Друкера, А.Сміта, Д.Рікардо, Ж.-Б.Сея, А.Маршалла, Д.Шумпетера та ін. З огляду на новітні зміни в економіці України, виникає потреба поглибленого дослідження функцій підприємництва та його впливу на систему ринкових взаємовідносин.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження функцій підприємництва з наголошенням тих факторів, які негативно впливають на діяльність підприємств.

Результати. Підприємництво має намір отримання прибутку шляхом підвищення ефективності функціонування підприємства та його подальшого розвитку. Підприємницька діяльність асоціюється безпосередньо з особою підприємця, оскільки його основними характеристиками є здатність розпізнавати потреби ринку, упроваджувати новаторські ідеї з готовністю ризикувати.

Сутність підприємництва може бути представлена у двох основних площинах – правовій (провадження бізнесу згідно із чинним законодавством і врегулювання спірних ситуацій, які можуть виникати в процесі підприємницької діяльності) та економічній (безпосередньо процес підприємницької діяльності). Виключно економіко-правове розуміння підприємницької діяльності не розкриває всієї багатогранності та творчості сутності підприємництва, оскільки в цьому разі підприємець розглядається як той, хто зосереджує свою увагу на продажу продукції за ціною, вищою від вартості її придбання.

Підприємець, за своєю природою, – це новатор, той, хто продукує ідеї, не боїться втілювати їх у життя та йти на ризик. Дослідженням підприємництва, стилю, характеру та специфіки дій підприємців займаються визначні науковці світу (часто зі схожою метою – вивести модель “успішного ведення бізнесу”, зрозуміти психологію прийняття управлінських рішень тощо).

Класик-економіст Дж.Шумпетер, який першим увів поняття інновації в економічній літературі, стверджує, що талант підприємництва полягає в здатності до попереднього руйнування економіки шляхом упровадження нових рішень. Підприємець, на його думку, – це той, хто здатний успішно впроваджувати інновації в процес функціонування підприємства. При цьому підприємець-новатор не обов’язково мусить бути капіталістом чи власником. Він вважає, що хороші результати може забезпечити лише функціонування підприємств, пов’язане з інноваціями та ризиком [1, с.150–151]. П.Друкер, який був адвокатом та експертом з теорії інновацій Дж.Шумпетера, визначає підприємництво як здатність до інновацій і створення нових способів задоволення потреб. Він визнає, що підприємство стає більш конкурентоспроможною формою господарської діяльності та задовольняє попит на нову продукцію. На його думку, спеціальним інструментом для підприємця мають бути інновації, за допомогою яких зміни дають можливість організувати новий бізнес [2, с.14–26].

Наступний крок в аналізі підприємницької діяльності зробив видатний французький економіст Ж.Б.Сей. За його словами, підприємництво – це можливість переміщення ресурсів від нижчих до вищих рівнів ефективності, більш ефективне їх використання в сполученні з навичками управління. Він наголошує на творчому характері підприємця [3].

На думку С.Мочерного, підприємець є головним господарюючим суб’єктом, який за рахунок сукупності певних рис утілює в практику функцію підприємництва і за свою працю отримує дохід [4, с.722].

За твердженням Л.Васильєвої, підприємництво потребує врахування тимчасових і регіональних особливостей середовища, а головне – рекомендацій, що забезпечують

якнайкращі можливості використання підприємницького потенціалу особистості, опрацювання проблеми вибору найдоцільніших шляхів і методів розвитку підприємництва з огляду на специфіку зовнішніх умов та існуючу економічну реальність [5].

В.Сизоненко трактує підприємництво як розвиток інноваційної ідеї в процесі самоорганізації та саморозвитку підприємства у взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем його функціонування [6, с.50].

З.Варналій зазначає, що підприємництво – це тип господарської поведінки підприємців з організації виробництва з метою отримання прибутку та соціального ефекту [7, с.35].

С.Покропивний і В.Колот подають визначення підприємництва як самостійної, ініціативної господарсько-фінансової діяльності громадян, спрямованої на отримання прибутку (доходу), яка здійснюється від свого імені, на власний ризик і під свою особисту майнову відповідальність або ж від імені та під майнову відповідальність юридичної особи – підприємства [8, с.7].

М.Малік й О.Шпикуляк стверджують, що підприємництво – діяльність на основі поєднання інтересу, засобів, матеріалів, праці таким чином, що їхня сукупна вартість зростає з одержанням ефекту [9, с.138].

Роль підприємництва в розвитку суспільства можна висвітлити через функції, які воно виконує.

Й.Шумпетер обґрунтував декілька функцій підприємництва: революцізацію й раціоналізацію виробництва, загальноекономічну функцію та функцію господарсько-політичного середовища [10, с.138].

Економісти К.Макконнелл і С.Брю виокремили такі функції: ініціативи в поєднанні ресурсів, взяття на себе відповідальності, новаторства та ризику [10, с.138].

З.Варналій вважає, що підприємництво виконує ресурсну, управлінську, інноваційну та ризикову функції [7, с.33].

На думку Дж.Обер-Крис, функціональні аспекти підприємництва поділяються на головні та додаткові. Головні, у свою чергу, обумовлені завданнями: купувати чи продавати; координувати фактори виробництва; відповідати за ризик. З ними пов'язані основні функції підприємництва – виробнича, комерційна й управлінська.

Група вчених – Н.Кубіній, О.Щелкунова, Р.Коломієць, В.Дідик – дотримуються думки, що вищезгадані функції можна означити як локальні, тому що вони діють у межах підприємницької діяльності. Також дослідники припускають, що підприємництво виконує, крім локальних, і загальні функції, зокрема, економічну, соціальну, політичну, інформаційну, інноваційну, культурну, дослідницьку, глобалізаційну, стратегічну й енвайроментальну [10, с.138]. Додатковими функціями вони визначили ті, що забезпечуватимуть більш ефективну діяльність підприємства, а саме: забезпечення безпеки бізнесу, контролю, аналітики й адміністрування [10, с.138].

Також серед функцій підприємництва виокремлюють соціальну, що полягає в найповнішому задоволенні потреб суспільства; економічну – забезпечує пошук і реалізацію найефективнішого поєднання ресурсів для виробництва продукції чи надання послуг; ризикову, зумовлену невизначеністю й мінливістю ринкового середовища, що не завжди гарантує успіх справи; інноваційну, яка передбачає розробку та впровадження нових методів і технологій найефективнішого поєднання ресурсів, нестандартних управлінських рішень, виробництво нових товарів і послуг; політичну, оскільки ефективне функціонування підприємництва сприяє політичній стабільності суспільства; інтеграційну – науково-технічний розвиток, створення конкурентоспроможних товарів і послуг уможливають участь у міжнародному обміні товарами, технологіями, досвідом [11, с.2048–2049].

Дослідивши й узагальнивши вищенаведені функції підприємництва, вважаємо що їх можна об'єднати в три основні блоки:

Економічні функції. Вони розглядаються у двох напрямках – ширшому (охоплює соціально-економічну сферу) і вузкому (охоплює сферу ринку).

З точки зору економічної функції, діяльність підприємця оцінюється за низкою критеріїв: економічним прибутком (діяльність є ефективною, якщо сума вигод перевищує суму витрат); продуктивністю (підприємець повинен якомога більше працювати для досягнення своїх цілей); ефективністю (з перевагою методу реалізації, вибору відповідних інструментів, які будуть працювати на його успішне функціонування).

З погляду оператора ринку успіх оцінюється виживанням підприємця в конкурентному середовищі за непередбачуваних подій.

Соціально-цивільні функції. Полягають у тому, що підприємець, як і будь-яка людина, що живе в суспільстві, не відокремлений від місця, часу, людей та обставин, у яких вони живуть. Незалежно від того, хоче він цього чи ні, підприємець має брати на себе частину відповідальності за функціонування спільноти.

Моральні функції. Кожен підприємець повинен дотримуватися певних моральних цінностей, поважаючи права й культурні норми інших.

Кожна з трьох груп функцій підприємництва характеризує значення явища. Проте тільки у взаємозв'язку та взаємодії вони розкривають місію підприємництва в забезпеченні ефективного функціонування.

Висновки. Дослідження сутності та природи підприємництва має багату історію. У різний період учені розглядали його залежно від соціально-економічного й політичного середовища діяльності підприємців. Зважаючи на обставини, які на них впливали, виокремлювалися відповідні функції підприємництва. Необхідність виконання економічних, соціально-цивільних, моральних та інших функцій відображає сучасні реалії становлення та виживання підприємництва в умовах бурхливого конкурентного середовища.

1. Shumpeter J. A. The Creative Response in Economic History / J. A. Shumpeter // Journal of Economic History. – 1947. – № 7. – P. 150–151.
2. Друкер П. Рынок: как войти в лидеры. Практика и принципы / П. Друкер. – М. ; С. Пб., 1992. – 350 с.
3. Підприємництво. Нові форми господарювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://optikomt.narod.ru/Kurs_lekcij/Economics/111.html.
4. Економічна енциклопедія : у 3 т. – К. : Академія, 2001. – Т. 2. – 848 с.
5. Васильєва Л. М. Поняття і сутність підприємництва [Електронний ресурс] / Л. М. Васильєва. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/Vddau/2010_1/pdf/38.pdf.
6. Сизоненко В. Теорія підприємництва: здобутки і проблеми дослідження / В. Сизоненко // Економіка України. – 2002. – № 9. – С. 45–50.
7. Варналій З. С. Основи підприємництва / З. С. Варналій. – К. : Знання-Прес, 2006. – 350 с.
8. Покропивний С. Ф. Підприємництво : стратегія, організація, ефективність / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – К. : КНЕУ, 1998. – 352 с.
9. Малік М. Й. Підприємництво у розвитку аграрного ринку / М. Й. Малік, О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2007. – № 11. – С. 138–149.
10. Стратегічне управління підприємницькою діяльністю в умовах сталого розвитку / [Н. Ю. Кубіній, О. В. Щелкунова, Р. В. Коломієць, В. І. Дідик] // Наук. вісник Ужгород. ун-ту. Серія: Економіка. – Ужгород, 2005. – Вип. 17. – С. 135–140.
11. Твердохліб В. В. Теоретичні аспекти підприємництва та його роль у розвитку суспільства / В. В. Твердохліб // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Вип. 256 : у 10 т. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – Т. VIII. – С. 2046–2051.

Рецензенти:

Баланюк І.Ф. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника;

Криховецька З.М. – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.