

УДК 339.1

Мазур О. Є.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

РОЗШИРЕННЯ ПРЕДМЕТНО-ЗМІСТОВОГО ТРАКТУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ: ІНТЕГРАЛЬНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПІДХІД

Розглянуто основні наукові підходи до визначення сутності торгівельного підприємництва – економічний, соціальний та інституціональний. Запропоновано тлумачити роздрібну торгівлю як складний соціально-економічний інститут, що поєднує вказані аспекти. На основі застосування інтегрального методу розроблено власну модель змістовного представлення підприємництва в роздрібній торгівлі.

Ключові слова: торгівля, підприємництво, сфера обміну, роздрібна торгівля, інституціоналізм, інтегральний метод.

Постановка проблеми. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підприємництво в роздрібній торгівлі є складним суспільно-економічним явищем, яке викликає науковий інтерес багатьох українських та зарубіжних вчених. Серед них варто відзначити В. Апопія, Б. Бермана і Дж. Еванса, І. Височин, О. Шубіна, Я. Гончарука, Н. Возіянову, А. Мазаракі, Н. Міценка, О. Покатаєву та інших [1; 2; 4-6; 10; 12; 15]. Проте, незважаючи на велику кількість досліджень, дотепер не вироблено єдиної, узгодженої точки зору щодо предметно-змістовного тлумачення цього виду діяльності. Разом з тим розв'язання цього завдання дасть змогу збагатити не лише загальну теорію функціонування торгівельного підприємництва, а й сформувати більш адекватну державну політику розвитку цього сектору, який є однією з найважливіших сфер економічного буття людини і незамінним елементом його життєзабезпечення.

Мета статті. Метою даної статті є спроба розширити сутнісно-змістове розуміння підприємництва в роздрібній торгівлі на основі інтегрування здобутків сучасної наукової думки в економічній, соціологічній та інституціональній наукових відгалуженнях.

Виклад основного матеріалу. Аналіз значного масиву наукових джерел, найбільш репрезентативні з яких будуть згадані під час викладу матеріалу, дав підставу авторові визначити три напрями, в рамках яких відбувається теоретизування та прикладні дослідження торгового підприємництва: економічний, соціальний та інституціональний.

З економічної точки зору підприємництво в роздрібній торгівлі розглядають як сферу обігу (обміну), галузь економіки, а також вид господарської діяльності, який характеризується певними господарськими процесами, пов'язаними зі здійсненням актів купівлі-продажу.

Цей підхід глибоко розроблений у більшості наукових праць дослідників-економістів. Так, Б. Берман і Д. Еванс пишуть: «Роздрібна торгівля включає в себе види економічної діяльності, пов'язані з продажем товарів і послуг споживачам для використання ними особисто або їх сім'ями... Роздрібна торгівля – це останній етап процесу розподілу» [2, с. 23]. С.Г. Федосенко зазначає: «Роздрібна торгівля – це діяльність щодо продажу товарів безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, у тому числі в ресторанах, кафе, барах, інших суб'єктах господарської діяльності» [20]. А.А. Мазаракі окреслює торгівельну діяльність як передаточну, що на відміну від добувальної та обробної господарської діяльності, має за мету посередництво між вироб-

никами та споживачами при взаємному обміні економічними благами [10, с. 7].

Деякі науковці визначають роздрібну торгівлю через її функції. Так, автори монографії [12, с. 50] вказують, що торгівля, «виконуючи сукупність відповідних операцій, є зв'язувальною ланкою між виробництвом, розподілом та споживанням, дозволяє задовольнити потреби у товарах, забезпечувати якість та оптимальність асортименту, формувати кошти для процесу відновлення виробництва споживчих товарів, наповнювати дохідну частину державного бюджету для здійснення соціальних заходів тощо». А.А. Апопія роздрібну торгівлю товарами та послугами розглядає як функціональну підсистему системи торгівлі, котра, крім роздрібною, охоплює також і оптову торгівлю, торгівельне посередництво та електронну торгівлю [5, с.9-13].

В площині економічного аспекту торгівельне підприємництво досліджується науковцями з різних позицій: з точки зору кількісної динаміки, структурних змін у формах власності, регіонального розподілу, структури і співвідношення форматів роздрібною торгівлі, ефективності комерційної діяльності, фінансово-кредитної та інвестиційної активності та ін. З іншого боку, як сфера обміну роздрібна торгівля описується властивими лише їй торговельно-технологічними процесами (закупівля, транспортування, приймання, зберігання та підготовка до продажу товарів, торговельне обслуговування покупців, надання торговельних послуг); особливостями праці персоналу, що повинен мати професійну підготовку; специфікою матеріально-технічної бази (складська і торговельна мережа, спеціальне обладнання, транспортні засоби тощо); характерною технологією та організацією торговельного обслуговування населення [4, с. 14].

Роздрібна торгівля також позиціонується як підприємницька діяльність. Так, в Національному стандарті України «Роздрібна та оптова торгівля: терміни та визначення понять» торгівля трактується як ініціативна, систематична, виконувана на власний ризик для одержання прибутку діяльність юридичних і фізичних осіб щодо купівлі та продажу товарів кінцевим споживачам або посередницькі операції, або діяльність із надавання агентських, представницьких, комісійних та інших послуг у просуванні товарів від виробника до споживача [16].

Дослідження, проведені автором під час роботи над кандидатською дисертацією, дають підставу стверджувати, що підприємництво – це складне і багатогранне соціально-економічне явище, хоча воно має відносно недовгу історію розвитку [11, с. 16-17]. Його пов'язують з іменами Р. Кантільона, І. Тюнена, Р. Мангольда, Ф. Найта,

Ж.-Б. Сея, Й. Шумпетера, Ф. Хайека, Л. Мізе-са та багатьох інших науковців, які поступово збагачували категоріальне наповнення терміну «підприємництво», привносячи до нього нові й нові риси – самостійність, ризик, право власності, орієнтацію на прибуток, новаторство, невизначеність середовища, координування та ін. Ми тлумачимо підприємництво як самостійну ініціативну господарську діяльність на принципах економічної свободи, спрямовану на формування та ефективне використання економічних ресурсів на інноваційній основі, що передбачає застосування елементів ризику та відповідальність за наслідки прийнятих рішень і має за мету при- множення прибутку [11, с. 34].

Підприємництво в торгівельній діяльності є складовою частиною більш широкого поняття «підприємництво», проте здійснюється за тими самими принципами: це організаційно-господарська незалежність, самоокупність, відкритість, матеріально-фінансова відповідальність, ініціативність, ризикованість, інноваційність та ін.

Другим аспектом торгівельного підприємництва є його характеристика як соціального феномену, адже підприємництво є предметом вивчення нового відгалуження соціологічної науки – соціології підприємництва. Витоки цього наукового напрямку містяться в роботах таких знаних вчених, як соціолог М. Вебер [3], котрий показав, як культурно-релігійні чинники сприяли виникненню буржуазно-протестантського «підприємницького духу» і формуванню індустріального капіталізму, та німецький економіст і соціолог В. Зомбарт, котрий виробив історико-соціологічний напрям у вивченні феномену підприємництва [7]. Серед вчених-сучасників, які продовжують дослідження в цій площині, слід назвати Є. Сірого [17, 18], Ю. Пачковського [14] та інших.

За словами одного з найвідоміших українських соціологів Є. Сірого, соціологія підприємництва «вивчає весь спектр соціальних сторін підприємництва – з точки зору природи підприємництва, історії і проблем становлення, потреби, цінності та мотиви діяльності підприємців, моделі їх поведінки» [18, с.189]. При цьому значна увага приділяється дослідженню соціальних характеристик фігури підприємця: його особистісних властивостей характеру і поведінки, соціокультурного і соціопсихологічного портрету, мотивувальної структури, типу мислення, образу життя тощо. Підприємець висвітлюється з точки зору носія певного соціального статусу (власник, орендар та ін.), виконавця соціальних ролей на основі притаманних йому природних та набутих властивостей, виразника специфічних цінностей і культури. Своєрідним підсумком цих досліджень є розроблення «соціального профілю підприємця», визначення складу та меж підприємницького сектору, обґрунтування чинників нестандартної (девіантної) поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, типологізація стилю поведінки підприємців, виявлення мотиваційної структури підприємців, розроблення різних структурувань соціальної класифікації підприємницьких суб'єктів, а також великих і малих соціально-економічних груп і верств.

Крім економічного та соціального аспектів, підприємництво в роздрібній торгівлі має інституціональний аспект. Дослідження суспільних явищ з інституціональних позицій відбувається в руслі теорії інституціоналізму, що зародилася в США на стику XIX-XX ст. як певна альтернати-

ва неокласичній теорії економіки, проте згодом стала однією з провідних парадигм сучасної економічної науки.

Інституціональний аспект підприємництва в роздрібній торгівлі стосується дослідження особливостей становлення, утвердження і трансформації різноманітних усталених нормативних зв'язків, звичних практик взаємодії, поведінкових зразків, що виникають в процесі економічної діяльності ендогенно – між індивідами (підприємцями і працівниками) і групами (підприємствами й іншими асоційованими агентами) всередині торгівельного сектору, і екзогенно – із зовнішніми суб'єктами та структурами (державою, постачальниками, покупцями), та організують і впорядковують їхнє спільне функціонування. Інституціональні зв'язки стосуються процедур та практик адміністрування, оподаткування, фінансування, закупівельної діяльності, обслуговування покупців, задоволення рекламацій та багатьох інших взаємодій і комунікацій [6; 8; 9; 12; 15].

На думку автора, дослідження закономірностей функціонування і розвитку підприємництва в роздрібній торгівлі, здійснюване лише в одному аспекті – економічному, соціальному чи інституціональному – не може бути оцінене як плідне, бо це штучно звужує науковий кругозір дослідника і сконцентровує його лише на частині предмету. Тим більше, що розділити, відокремити ці аспекти просто неможливо – вони співіснують у взаємному переплетінні, перетинанні, взаємообумовленості та зрештою у органічній єдності. Відтак більш конструктивним бачиться застосування інтегрального підходу (від лат. *integrum* – ціле, *integratio* – відновлення), який дає змогу зблизити, поєднати в єдине ціле, узгодити попередньо розрізнені частини та елементи системи, процесу, явища на основі їх взаємозалежності і взаємодоповнюваності та отримати на цій основі нову синтезовану якість. Цей метод був сформульований і розкритий в роботах К. Уїлбера – відомого американського філософа і письменника, який заклав основи систематичної холистичної філософії щодо бачення Всесвіту [19]. Адаптація інтегральної теорії до об'єкту нашого дослідження дасть змогу більш широко і по-новому побачити його структуру і елементну взаємодію, усвідомити та врахувати усі значущі сторони, осмислити максимально узгоджений і цілісний розвиток і рух до цілей різних частин.

Завдяки інтегральному підходу торгівельне підприємництво бачиться як багатомірне і поліструктурне утворення, що являє собою складний соціально-економічний інститут сучасного суспільства, який функціонує на основі усталеного комплексу економіко-технологічних зв'язків, поєднуючи економічну діяльність з іншими сферами соціального життя. Діяльність цього інституту характеризується, по-перше, набором специфічних норм і приписів, що регламентують відповідні типи поведінки; по-друге, включенням торгівельного інституту в соціально-політичну, ресурсно-технологічну, ідеологічну та ціннісну структури суспільства; по-третє, наявністю матеріальних засобів та умов, що забезпечують успішне виконання нормативних приписів та здійснення зовнішнього контролю.

Соціальний та інституціональний контексти вивчення підприємництва органічно доповнюють і розширюють традиційні для цього об'єкту економічні дослідження. Вони дають підставу тлумачити торгове підприємництво в широкому сенсі – з



Рис. 1. Теоретико-змістове тлумачення підприємництва в роздрібній торгівлі (інтегрально-функціональний підхід), авторська розробка

одного боку, як соціоекономічний самоорганізуючий фактор і рушійну силу суспільного зростання, а з іншого – як систему життєвих принципів і стійких впорядкованих регламентацій, що викристалізувалися під час історичної еволюції різних форм і способів гос-подарювання.

Отже, можна запропонувати авторське означення: підприємництво в роздрібній торгівлі – це складний, поліаспектний соціально-економічний інститут сучасної ринкової економіки, який об'єднує сукупність роздрібних торговельних організацій і індивідуальних підприємців та характеризується, по-перше, особливостями економіко-технологічних процесів, здійснюваних на основі виконання підприємницьких функцій (ресурсної, організаційної, інноваційної) та пов'язаних з доведенням товарних пропозицій безпосередньо до споживачів з метою їх особистого кінцевого використання; по-друге, комплексом ендегенних та

екзогенних інституціональних міжсуб'єктних відносин, котрі детермінують формування організованих взаємодій і комунікацій в різних торговельних ситуаціях; по-третє, еволюційно сформованими та суспільно визнаними соціоментальними моделями (цінностями, ідеологією, типом мислення, культурою, мотивацією та ін.), що продукуються підприємницькими суб'єктами у торговельній сфері та ре-трансляються на всю економічну систему.

«Функція – є форма прояву сутності будь-якої економічної категорії» [13, с. 16], відтак суть торговельного підприємництва найбільшою мірою розкривається в його функціях, які можна окреслити, поступово «розгортаючи», розкриваючи цей об'єкт в розрізі його багатогранності. В такий спосіб отримуємо цілісне, завершене предметно-змістове наповнення торговельного підприємництва як багатоскладового соціально-економічного інституту (рис. 1).

Висновки і пропозиції. Отже, в статті обґрунтовано, що торговельне підприємство потрібно розглядати в руслі інтегрованої єдності його різнобічних характеристик. Це дасть змогу сформулювати системне бачення цього складного, багатомірного інституту сучасної ринкової економіки.

Водночас будь-який соціально-економічний інститут не є сталою, «застиглою» структурою, – він безперервно піддається впливам різноманітних чинників та змінюється, еволюціонує під тиском цих впливів. Широкий погляд на торгівлю з соціально-економіко-інституціональної позиції дає змогу зафіксувати та комплексно дослідити еволюцію та структурні зрушення не лише в площині бізнес-процесів, ресурсів і технологій, а й додати до аналізу інституціональні й соціо-психологічні характеристики суб'єктів підприємництва (їхні культурні відносини, цінності, мотиваційні чинники, нормативи та стереотипи поведінки тощо). Ці та інші дотичні питання можуть стати предметом подальших наукових розвідок в розрізі поглиблення інтегрально-функціонального підходу.

Список літератури:

1. Апопій В. В. Теорія організації та структурна перебудова торгівлі / В.В. Апопій // Вісник КНТЕУ. 2005. – № 3. – С. 29-34.
2. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход, 8-е издание: Пер. с англ. / Б. Берман, Дж.Р. Эванс. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. –1184 с.
3. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. / М. Вебер. – К. : Основи, 1994. – 261 с.
4. Височин І. Державне регулювання торговельної діяльності в Україні та світі: Порівняльний аналіз / І. Височин // Вісник КНТЕУ. – 2010. – № 3. – С. 11-23.
5. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку : монографія / За ред. О. О. Шубіна, Я. А. Гончарука. – Донецьк-Львів : ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.

6. Возіянова Н. Ю. Державне регулювання інституціональних змін у розвитку внутрішньої торгівлі / Н. Ю. Возіянова // Вісник ДонНУЕТ: серія Економічні науки. – № 3 (47), 2010. – С. 219-228.
7. Зомбарт В. Буржуа: етюди по истории духовного развития современного экономического человека. Пер. с нем.; изд. подгот. Ю. Н. Давыдов, В. В. Са-пов. / В. Зомбарт. – М. : Айрис-пресс, 2004.
8. Льяшенко В. А. Державна підтримка інституціональних перебудов у сфері товарного обігу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/dutp/2006-1/txts/GALUZEVE/06ivasto.pdf>.
9. Косова Т. Д. Інституціональні зміни торговельно-економічних відносин / Т. Д. Косова, О. В. Покатаєва // Вісник ДонНУЕТ. – 2008. – № 4. – С. 136-145.
10. Мазараки А. А. Торговля. Деньги. Менталитет : монографія / А. А. Мазараки. – К. : Книга, 2006. – 632 с.
11. Мазур О. Є. Формування механізму розвитку малого підприємництва в умовах трансформаційної економіки України : дис. ... кандидата екон. наук : 08.02.03 / Мазур Олена Євгенівна. – Одеса, 2004. – 220 с.
12. Міценко Н. Г. Регулювання діяльності підприємств роздрібної торгівлі : монографія / Н. Г. Міценко, Т. Г. Васильців, Н. М. Заярна. – Львів : Видавництво ЛКА. – Львів, 2009. – 176 с.
13. Найденев В. С. Рыночный механизм как организационно-экономическая система / В. С. Найденев. – М. : ИЦМГУ, 1995.
14. Пачковський Ю. Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки / Ю. Ф. Пачковський. – Львів : Світ, 2000. – 272 с.
15. Покатаєва О. В. Державне регулювання трансформації торговельно-економічних відносин: інституціональний підхід : монографія / О. В. Покатаєва. – Запоріжжя : КПУ, 2009. – 467 с.
16. Роздрібно та оптова торгівля. Терміни та визначення понять. ДСТУ 4303:2004. – [Чинний від 2005-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2005. – 18с. – (Національний стандарт України).
17. Сірий Є. В. Підприємництво як предмет теоретико_соціологічного осми-слення: розгорнення проблеми / Є. В. Сірий // Український соціум. – 2008. – № 4 (27). – С. 33-43.
18. Сірий Є. В. Соціологія: загальна теорія, історія розвитку, спеціальні та галузеві теорії : навч. посіб. / Є. В. Сірий – К. : Атіка, 2004. – 480 с.
19. Уилбер К. Интегральное видение / К. Уилбер. – М. : Открытый Мир, 2009. – 232 с.
20. Федосенко С. Г. Адміністративно-правова характеристика порушень правил торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами / С. Г. Федосенко // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право) : збірник наукових праць. – 2010 – № 4. – С. 199-205.

Мазур Е. Е.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

РАСШИРЕНИЕ ПРЕДМЕТНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНОЙ ТРАКТОВКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ: ИНТЕГРАЛЬНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Резюме

Рассмотрены основные научные подходы к определению сущности торгового предпринимательства – экономического, социального и институционального. Предложена трактовка розничной торговли как сложного социально-экономического института, совмещающая указанные аспекты. На основе применения интегрального метода разработана собственная модель содержательного представления предпринимательства в розничной торговле.

Ключевые слова: торговля, предпринимательство, сфера обмена, розничная торговля, институционализм, интегральный метод.

Mazur O. Ye.

Odessa I. I. Mechnikov National University

EXTENTION IN THE SUBJECT-SUBSTANTIAL INTERPRETATION OF ENTREPRENEURSHIP IN RETAIL: INTEGRATED AND FUNCTIONAL APPROACHES

Summary

The article includes analysis of the main scientific approaches of commercial entrepreneurship: economic approach, social approach and the institutional approach were analyzed in connection with the main definitions. The article proposed and specified interpretation of the retail trade as a complex socio-economic institution that combines these aspects. The integral method was considered as a basis for the own model creation which contains a meaningful understanding of the entrepreneurship in the retail trade.

Key words: trade, entrepreneurship, the exchange field, retail, institutionalism, integral method.