

GATT (General Agreement on Tariffs and Trade).

До символів віднесено позначення долара та фунту стерлінгів.

Під час дослідження термінології ринкової економіки нами не виявлено літерних умовних позначень. Щодо номенклатурних найменувань, то в них відсутня така важлива функція терміна, як дефінітивна, хоча їх часто включають до складу термінологічних словників і помилково приймають за терміни. Номенклатура є проміжною ланкою між термінами та власними назвами.

Таким чином, в результаті досліджень словотворчих моделей термінів ринкової термінології виявлено, що найчисельнішою групою є терміни – словосполучення та похідна лексика (70 %), менш представницькими є групи термінів – складних слів (10 %) та термінів - кореневих слів (17 %), найменшим є шар термінів – абrevіатур (3%).

1. Виноградов В.В. *Лексикологія и лексикографія: Избр. труды.* – М.: Наука, 1977. – 312с.
2. Нікітіна Ф.О. *Семантичні та словотворчі проблеми сучасної термінології.* – Київ: Вища школа, 1978. – 31с.
3. Дрозд О.М., Дубічинський В.В., Д'яков А.С., Зубарева В.А., Кияк Т.Р., Куліш В.І., Олійник С.П. *Словник-посібник економічних термінів.* – Київ, Видавничий дім "KM Academia", 1997. – 258с.

## ОБІРУНТУВАННЯ ТРЬОХ НОВИХ ТЕРМІНІВ ЩОДО ПІДПРИЄМНИЦТВА

© Сергій Литвинюк, 2000

Дніпропетровський державний університет

Для підприємництва як предмета досліджень характерна велика кількість публікацій, автори яких аналізують цей феномен, закономірності його появи, розвитку та функціонування в контексті різних економічних теорій. Разом з тим термінологічний апарат цієї сфери наукових досліджень все ще залишається малорозробленим, хоча нові знання вимагають залучення до наукового обігу відповідних понять, які б достатньо об'єктивно відбивали отримані результати і сприяли подальшому підвищенню ефективності досліджень. При цьому кожен новий термін має не лише достатньо адекватно висвітлювати поняття, але й органічно вписуватись до наукової системи, підкорятись закономірностям її функціонування.

У ході нашого дослідження, що торкається взаємодії теорії трьох (на сьогоднішній день вже чотирьох) факторів виробництва і австрійської школи граничної корисності, ми, з одного боку, виявили відсутність терміна на позначення одного з ключових понять підприємництва, а з іншого – відчули необхідність залучення такого терміна до наукового обігу.

Ще не так давно в сучасній вітчизняній науці лексемою *підприємництво* прийнято було позначати діяльність, спрямовану на отримання нетрудових доходів. У західній науковій традиції воно характеризується як процес пошуку нових можливостей – впровадження нових способів виробництва, відкритість до нових перспектив, долання старих обмежень (Долан і Ліндсей, Самюельсон і Нордгауз, Макконел і Брю та ін.). Разом з тим останнім часом у роботах вітчизняних економістів все частіше зустрічаються спроби використати для висвітлення цього багатогранного явища положення "Закону України про підприємництво", прийнятого Верховною Радою в 1991 р., в якому підприємництво трактується як самостійна, ініціативна, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, зайняття торгівлею з метою одержання прибутку. Все це диктує необхідність уточнити поняття.

З теорії і практики відомо, що і менеджеру і підприємцю для продовження існування підприємства необхідно постійно конкурувати за ресурси і кваліфікованих робітників, за ринки збуту на мікро- та на макрорівнях. У свою чергу, конкуренцію за ринки також можна представити як виробництво певної послуги. Разом з тим процес поєднання продуктів природи та виробництва з метою задоволення індивідуальних, колективних, суспільних потреб також є виробництвом певної послуги. Отже, процес виробництва у всьому його розмаїтті є поєднанням двох типів факторів: речового (засоби виробництва: предмети праці та засоби праці) й особистого (безпосередні виробники). Оскільки в умовах матеріального і нематеріального виробництва відповідно до структури та якості факторів виробництва саме підприємці і менеджери безпосередньо займаються поєднанням факторів виробництва в діючий процес виробництва, то за інших рівних умов маємо підстави стверджувати, що значною мірою прибутковість конкретного виробництва залежатиме від їх навичок, підготовки, хисту та якостей.

З одного боку, і підприємець і менеджер в процесі виробництва займаються свідомою діяльністю, яка зумовлена суспільними потребами (в протилежному випадку їх підприємство не буде прибутковим). З іншого боку, обидва – особи, які отримали від суспільства певне виховання, знання, вміння і навички. Отже, вони є продуктами соціальної інфраструктури, яка в свою чергу є виробництвом робочої сили для суспільного виробництва. Знання, вміння, навички і виховання людина отримує в сфері освіти. Той факт, що можна випадково набути їх завдяки так званому вуличному вихованню не принциповий, адже це також суспільні відносини.

Таким чином, маємо підстави дати таке визначення нового терміна: підприємницькі здібності – корисні знання, вміння, навички та якості щодо організації, управління і вдосконалення як факторів виробництва, так і виробництва в цілому.

Детальніший розгляд місця таких корисних знань, вмінь і навичок в суспільному виробництві приводить нас до висновку, що вони є споживчою вартістю певних видів продуктів виробництва “соціальна інфраструктура” (йдеться про працю) і теоретично за інших рівних умов таку ж споживчу вартість можуть отримати інші продукти соціальної інфраструктури (тобто праця). Разом з тим процес навчання і знання, необхідні для такого процесу навчання, також можуть бути товаром. Отже, коли людина бажає оволодіти такими специфічними знаннями для задоволення власних потреб при товарно-грошових відносинах вона має купити цей специфічний продукт. Таким чином, внаслідок зазаного впливу людина набуває нових якостей  $T - \Gamma - T'$ .  $T' = T + C$ , де  $T$  – комплекс якостей та знань, вмінь, навичок, якими володіла людина до початку навчання, а  $C$  – специфічні характеристики, яких вона набула після навчання при обов'язковому припущенні, що якість робочої сили під час навчання не погіршується, в протилежному випадку споживча вартість такого товару, тобто, певних людських якостей, залучених до процесу суспільного виробництва, погіршується, а сам процес втрачає сенс. Отже, в підсумку отримуємо  $\Gamma = C$ . З іншого боку, товар  $C$  був придбаний для того, аби, використовуючи його в товарному виробництві, отримати за нього більше, ніж було на нього витрачено  $C - \Gamma'$ , де  $\Gamma' = \Gamma + \Delta\Gamma$ . Тобто, первинно авансована кількість грошей плюс певний приріст, який К.Маркс назвав додатковою вартістю.

Таким чином, бачимо, що підприємницькі здібності мають три характерні ознаки: використовуються в процесі виробництва, мають вартість, що може бути використана для створення додаткової вартості, можуть бути відтворені. Це дає нам можливість

визначити підприємництво як виробничий процес таким чином: підприємництво – процес всебічного використання і відтворення підприємницьких здібностей.

Товар С має ще одну цікаву специфіку: скільки б ми його не витрачали, менше його у нас не буде. Внаслідок конкурентної боротьби згодом товаром С також оволодіють і конкуренти, що знецінить його споживчу вартість, а отже – і мінову у порівнянні з аналогічними товарами, придбаними конкурентами, але це не знищення вартості. Припустимо, що сума грошей  $G'$  і є тією сумою грошей, яку вдасться заробити використовуючи ці знання. З іншого боку, оскільки С згодом вимагає поповнення для утримання в конкурентній боротьбі і отримання певних переваг, виникає попит на додаткову частину цього товару  $\Delta C$ , який знов-таки може бути придбаний за рахунок  $G'$ , а використаний – знову дає  $G''$  і т.д.

У процесі використання товару С останній не зменшується і не знищується. Потрапляючи до суспільного виробництва, він має властивість збільшуватись постійно на величину, яка створює додаткову вартість, і в той же час бути таким же продуктом-комплексом суспільних відносин, як і вартість, внаслідок чого ототожнюється з нею. С стає суб'єктом добре відомого процесу, в якому він, постійно змінюючи грошову свою форму на товарну і навпаки, сам змінює свою величину, відштовхує себе як додатковий  $\Delta C$  від себе самого ж як першоджерела, самозростає. Оскільки рух, в якому він приєднує до себе додатковий  $\Delta C$  (або додаткову вартість!), є його власний рух, то його зростання є самозростанням.

Як самозростаючий суб'єкт цього процесу, в якому він то приймає, то скидає з себе вартісну, грошову і товарну форми і в той же час неодмінно зберігається і зростає в цих перетвореннях, С потребує перш за все самостійної форми, в якій було б констатовано його тотожність з ним же самим. І цією формою він володіє лише у вигляді вартості та грошей. Ось чому вартість та гроші являють початковий і кінцевий пункт будь-якого процесу самозростання С. З початку С дорівнював  $G$ , а після самозростання  $G' > G$ . Але ж самі гроші грають тут роль лише однієї з форм С, тому що є й інша. Не пройшовши випробування в процесі поєднання факторів у виробництві, С не може стати капіталом.

Таким чином, С не виступає проти товарів полемічно, як при накопиченні скарбів, оскільки не сам по собі С є капітал, а вплив С на виробництво. Якщо в простому обігу С на протигагу його ж впливу на виробництво отримав в кращому випадку самостійну форму грошей, то тут він раптово виступає як субстанція, що сама розвивається і рухається, для якої товари і гроші суть лише форми. Більше того, замість того, щоб виражати собою мінову вартість, С тепер вступає, так би мовити, в приватні відносини з самим собою. Він відрізняє себе як початковий С від себе самого як додаткового  $\Delta C$ , тому що лише завдяки додатковому  $\Delta C$  авансований С стає капіталом, і як тільки він ним став, миттю знову зникає їх різниця, і вони обидва суть єдиним С. Таким чином, С стає самопереміщуваним С, самопереміщуваними грошами, і як такий – він – капітал. С виходить із сфери обігу, знову вступає в неї, повертається в збільшеному вигляді і знов починає той же колообіг.

Разом з тим, щоб обміняти С на гроші  $G$ , а потім за ці ж гроші придбати  $\Delta C$ , отримавши  $C' (C - G - C')$ , цілком природною є операція з використання здібностей, знань, вмінь, навичок С заради отримання додаткового  $\Delta C$  з метою подальшої реалізації  $C' = C + \Delta C$  за гроші  $G$ , або товар  $T (C - C')$ . Тобто, цілком ймовірний рух С у фазу споживання як через фазу обміну, так і поза нею, безпосередньо із фази розподілу. Цей капітал більший за додаткову вартість, хоча може і ототожнюватись з нею. Оскільки це так, то цілком можливо, що його рух не збігається з рухом традиційного капіталу.

Таким чином, вище окреслений капітал себе самоувідомлює внаслідок того, що сам же ж і створює умови для свого відтворення.

Оскільки при його визначенні ми в неявному вигляді відштовхувались від повної матеріальної відповідальності за результати господарювання, назвемо цей капітал підприємницьким або капіталом другого роду (капітал II).

Тоді *підприємницькі здібності* – це корисні знання, вміння, навички та якості щодо організації, управління і вдосконалення як факторів виробництва, так і виробництва в цілому; *підприємництво* – процес всебічного використання і відтворення підприємницьких здібностей; *підприємницький капітал* або капітал другого роду (капітал II) – процес самозростання підприємницьких здібностей за законами суспільного відтворення в результаті функціонування суспільного виробництва.

Таким чином, вище ми показали, що лексеми *підприємництво*, *підприємницький капітал* і *підприємницькі здібності* можуть бути обгрунтовані як терміни і введені до наукового обігу.

## РОЗПОДІЛ ТЕРМІНІВ МАРКЕТИНГУ ЗА ЗНАЧЕННЯМ СЕМАНТИЧНОЇ СКЛАДНОСТІ

© Оксана Гутиряк, 2000

Дрогобицький державний педагогічний університет

Термінологія, будучи невід'ємною частиною словникового складу мови, підлягає законам мови. Оскільки вона є мовним об'єктом, на неї поширюються всі основні закони, що керують лексикою як мовою та регулюють її утворення та функціонування. На особливу увагу заслуговують ті семантичні властивості термінів та термінології в цілому, що зумовлені системно-структурною природою лексики. Систему ми розуміємо як “сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених елементів, що утворюють більш складну єдність, яка розглядається з боку елементів – її частин”, а структуру – як “склад і внутрішню організацію єдиного цілого, що розглядається з боку його цілісності” [1, С.19].

Існує зв'язок між деякими системообумовленими семантичними характеристиками лексеми (семантичною продуктивністю та семантичною складністю) та її синтаксичними, морфологічними, словотвірними характеристиками. Саме семантична продуктивність (когнітивна вартість) та семантична складність (інформативна насиченість) великою мірою впливають на функціонування термінів у тексті, комунікативну та прагматичну поведінку лексем.

Помічено, що існує позитивна залежність між семантичною продуктивністю (когнітивною вартістю) терміна та частотою його вживання, між семантичною складністю та легкістю сприймання, розуміння тощо. Терміни з малою семантичною продуктивністю та великою семантичною складністю зустрічаються рідше, їхнє сприймання, розуміння вимагає більших зусиль. За семантичною складністю суфіксальні лексеми дещо перевищують безафіксні [2-4]. Також існує залежність між частотою вживання слова у мовленні (в текстах) та його довжиною [5]. Чим частотніше слово, тим менша (в середньому) його довжина.

Серед зазначених закономірностей на особливу увагу заслуговують ті, що стосуються взаємозалежностей між системообумовленими семантичними характеристиками лексем, зокрема, семантичною продуктивністю та семантичною