

ПОНЯТТЯ БІЗНЕСУ, ЙОГО ЕКОНОМІКО-ПРАВОВА ПРИРОДА ТА СПІВВІДНОШЕННЯ ІЗ СУМІЖНИМИ КАТЕГОРІЯМИ

Поняття бізнесу не визначене легально, однак воно набуло значного поширення як в економіці й праві, так і безпосередньо в практиці підприємництва. З поняттям підприємництва, комерційної діяльності та торгівлі поняття бізнесу застосовується паралельно, а тому необхідно встановити співвідношення цих понять.

Визначення основних напрямів економічної політики держави, обрання конкретних правових форм здійснення державного регулювання економіки, засобів державного регулювання бізнесу як діяльності тощо є немислимим без з'ясування сутності самого поняття бізнесу.

Статтю присвячено дослідженню поняття бізнесу, його економіко-правовій природі та співвідношенню із суміжними правовими категоріями. Проаналізовано зарубіжну літературу та з'ясовано, як визначається поняття бізнесу в західній економіко-правовій літературі. Розкрито стратегію й тактику бізнесу. Зроблено висновок, що вони є взаємозалежними. Вибір стратегії визначає успіх (прибутковість) чи невдачу (збитковість) як усієї діяльності загалом, так і окремої операції. Водночас сама по собі стратегія існувати й реалізовуватися не може без конкретних дій (тактики).

За наслідками дослідження встановлено, що поняття бізнесу є комплексним і багатозначним, його економіко-правова природа з'ясована не до кінця. Воно не має розглядатися як явище суто економічне, соціальне чи виключно правове. В економіко-правовій літературі досить часто бізнес (підприємство) визначається не просто як господарська діяльність, а саме як тип господарської поведінки, заснованої на пошуку нових, більш ефективних засобів використання ресурсів, організаційно-господарському новаторстві, нововведеннях, задоволенні потреб як суспільства загалом, так і конкретного споживача. Загалом під бізнесом розуміється корисна економічна (господарська) діяльність, що має своєю головною метою отримання прибутку. Це насамперед форма економічної активності, спрямована на здобуття максимального прибутку.

Виділено три основні підходи до співвідношення понять бізнесу та підприємництва за ознакою обсягу: 1) поняття бізнесу є ширшим за поняття підприємництва; 2) поняття підприємництва є ширшим за поняття бізнесу; 3) поняття бізнесу та підприємництва є синонімічними. Найбільш виправданим із позицій потреб чинного господарського законодавства визнано підхід до розуміння підприємництва й бізнесу як синонімічних понять.

У результаті аналізу економіко-правової літератури все розмаїття підходів щодо економіко-правової сутності бізнесу (підприємства) та його теоретичної основи систематизовано й зведено до таких основних підходів, як атрибутивний, процесуальний, діяльнісний, інституціональний і функціональний. Аналіз кожного з підходів свідчить про те, що в основу легального визначення підприємництва, а також його правового забезпечення покладено атрибутивний і діяльнісний підходи.

Проаналізовано доктринальні підходи до співвідношення понять «підприємницька діяльність (підприємство)», «комерційна діяльність» та «торговельна діяльність (торгівля)». Доктринальні підходи щодо цього питання кардинально різняться. Обґрунтовано, що співвідношення між ними має вибудовуватися в такій логічній послідовності: господарська діяльність – підприємницька (комерційна) діяльність – торговельна діяльність.

Ключові слова: бізнес, поняття бізнесу, економіко-правова природа бізнесу, основні підходи до економіко-правової сутності бізнесу, підприємництво, стратегія й тактика бізнесу.



Резнікова Вікторія Вікторівна,
професор кафедри господарського права юридичного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор юридичних наук, професор
reznikova.vv78@gmail.com
orcid.org/0000-0003-0149-0710
Researcher ID O-4799-2018



Кравець Ірина Мирославівна,
доцент кафедри господарського права юридичного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат юридичних наук, доцент
ikravets104@gmail.com
orcid.org/0000-0002-7523-5045
Researcher ID O-3908-2018

1. Вступ

Етимологічно термін «бізнес» походить від давньоанглійського «bisid», що означає «активний», «діловий», «зайнятий справою». Уже в давньому розумінні слова було закладено декілька змістових значень. Зрозуміло, що з історичним розвитком суспільства змістове навантаження цього поняття багатократно зростає. Саме слово як одиниця людської мови, що відображає думку, знання, соціальний досвід конструктивної діяльності, вимагає багатоаспектного підходу до вивчення його сутності та спроб визначення (Лапшин, 2004).

Зародження основ бізнесу можна простежити ще із часів первіснообщинного ладу, оскільки тоді відбувався обмін натуральними продуктами, які були здобуті збиральницькою діяльністю, а також виробленими речами, засобами та предметами праці. Тоді простежується потреба у веденні бізнесу через об'єднання в певні групи для реалізації спільних завдань, що є закономірним, оскільки за часів первіснообщинного ладу об'єднуватися людям змушувала елементарна потреба вижити й прогнати своїх ворогів. Усі стародавні об'єднання характеризувалися примусовим характером: суб'єкти, які до них входили, не могли не перебувати в їх складі (оскільки не вижили б), не могли обирати їх своєю волею, не могли зазвичай вийти з них добровільно. У подальшому, з розподілом праці та розвитком індивідуальної особистості, виникає потреба в заміні примусових союзів добровільними, адже необхідність об'єднання з іншими для досягнення спільних цілей, потреба в союзах була незаперечною (Покровський, 2001).

В епоху появи грошей і розвитку товарно-грошових відносин бізнес набуває ринкових рис, виникають нові його форми. На зміну натуральному обміну приходить вартісний обмін, виникає поняття прибутку як такого, що й стає «наріжним каменем» у бізнесі. Бізнес із суспільного погляду можна представити як сферу задоволення зростаючих матеріальних (а інколи й духовних) потреб як суспільства загалом, так і окремих індивідів-споживачів (покупців). Як відомо, потреби суспільства та індивідуума безмежні. Процес експансії суспільних потреб буде мати місце доти, доки існує суспільство, цивілізація. Бізнес – це продукт суспільного розвитку, його складник. З удосконаленням самого суспільства, зростанням продуктивних сил і виробничих відносин, інших проявів ци-

вілізації вдосконалюються також форми бізнесу. Кожний історичний етап розвитку суспільства вносить свої корективи в реальні форми існування, сутність і теоретичні визначення бізнесу (Лапшин, 2004).

Поняття бізнесу на сьогодні не визначене легально, однак воно набуло значного поширення як в економіці та праві, так і безпосередньо в практиці підприємництва. З поняттям підприємництва, комерційної діяльності й торгівлі поняття бізнесу застосовується паралельно, а отже, необхідно встановити співвідношення цього поняття із суміжними правовими категоріями. Визначення основних напрямів економічної політики держави, обрання конкретних правових форм здійснення державного регулювання економіки, засобів державного регулювання бізнесу як діяльності тощо є немислимим без з'ясування сутності самого поняття бізнесу.

Попри економічну нестабільність, за підсумками рейтингу Світового банку «Doing Business», Україна очолила список із 10 держав, що досягли найбільшого прогресу в поліпшенні умов для ведення бізнесу. У процесі вдосконалення умов ведення бізнесу відбулися зрушення в частині скорочення кількості документів дозвільного характеру та видів ліцензування, спрощено процедури їх отримання, зменшено контрольний тиск на бізнес, удосконалюється сфера надання адміністративних послуг, проводиться значна робота з підготовки законодавчих актів у сфері дерегуляції господарської діяльності, спрямованих на подальше покращення правового середовища бізнесу в Україні. Дедалі частіше на державному рівні обговорюються питання правового забезпечення безпеки бізнесу (економічної, корпоративної, фінансової тощо). Водночас не зрозуміло: а що таке, власне, бізнес? Яким змістом сповнене це поняття, яким є його походження та економіко-правова сутність?

Саме цим зумовлюється *мета статті* – комплексне дослідження поняття бізнесу, встановлення його економіко-правової природи, систематизація, виділення та опис основних доктринальних підходів до розуміння економіко-правової сутності бізнесу, визначення співвідношення цього поняття із суміжними правовими категоріями. *Методологічну основу* дослідження становить система загальних і спеціальних методів наукового пізнання, що зумовлено економіко-правовою сутністю бізнесу (зокрема, це діалектичний, формально-логічний, системний методи).

2. Поняття бізнесу в західній економіко-правовій літературі

У західній літературі домінують системні, комплексні визначення бізнесу. Так, досить типовим є визначення бізнесу з праці «Концепція бізнесу», виконаної вченими університетів Техасу та Іллінойса (США) С. Розенблаттом, Р. Боннінгатом та В. Нідлсом. Вони зазначають: «Що таке бізнес? Бізнес – це система здійснення діяльності, ведення власної справи. Бізнес – це створення продукції, потрібної людям. Бізнес – це робота. Бізнес – це центральна магістраль у нашій соціально-економічній системі. Бізнес – система, яку людство створило для задоволення власних потреб. Бізнес – це те, як ми живемо» (Розенблатт, Боннінгтон, Нідлс, 1992). Отже, бізнес – це система діяльності, де організація виробництва товарів і послуг здійснюється тими, кому належать засоби виробництва (Кісельов, 1991). Бізнес – це також організація та безпосереднє здійснення господарської діяльності на основі власності з метою досягнення економічних і соціальних результатів, одержання

прибутку. Бізнес як система не потребує централізованого управління, планування та координації діяльності з боку держави, усе це замінюють ринок і система ринкового ціноутворення.

Бізнес здатний до саморегулювання, яке у свою чергу полягає в можливості для суб'єктів бізнесу, що об'єднуються на добровільній основі, самостійно здійснювати регулювання своєї діяльності (шляхом локальної нормотворчості), контроль за її здійсненням. Змістом саморегулювання є засноване на нормах законодавства регулювання відносин в окремих сферах економічної діяльності, що здійснюється на принципах самоорганізації, тобто без безпосереднього втручання держави. Це означає встановлення певних правил для учасників визначеного сегмента ринку, у тому числі санкцій за порушення цих правил, механізмів вирішення конфліктів між учасниками ринку тощо, що встановлюються самими учасниками ринку. Із цією метою ними створюються спеціальні організаційні структури – саморегульовані організації, яким надаються певні повноваження, за допомогою реалізації яких здійснюється саморегулювання в тій чи іншій сфері. Як слушно зауважує З.С. Варналій, бізнесмен (підприємець) – це активний суб'єкт, який поєднує в собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку й розвитку нових видів, методів і способів виробництва, створення нових благ та їх нових якостей, нових сфер застосування капіталу. Відповідно, бізнес (підприємництво) – це особливий тип господарської поведінки з організації розроблення, виробництва та реалізації благ із метою отримання прибутку й соціального ефекту (Варналій, 2008).

Г. Форд основою та сутністю бізнесу вважав корисну роботу. Він писав: «Працю на загальну користь став вище, ніж вигоду. Без прибутку не може існувати жодна справа. Фактично у прибутку немає нічого поганого. Добре налагоджений бізнес, приносячи користь суспільству, повинен і буде приносити великий прибуток його власникові. Проте прибутковість повинна виникати як наслідок корисної роботи, а не лежати в її основі» (Форд, 2015). А. Хамер, один із найвідоміших бізнесменів США, говорив, що якщо він працює по 14 годин на день і 7 днів на тиждень, то йому безперечно починає таланти. Він також пояснював успіхи в бізнесі та його сутність кропіткою корисною працею (Консайдан, 1981). Відомий американський спеціаліст у сфері бізнесу П. Друкер писав: «Існує лише одне достовірне визначення мети бізнесу – створення споживача. Те, що фірма думає про свою продукцію, – не найголовніше, особливо для майбутнього бізнесу чи для його успіху. Що споживач думає про свою покупку та в чому бачить її цінність – ось що має вирішальну вагу, визначає суть бізнесу, його спрямованість і шанси на успіх» (Друкер, 2004). Ф. Хайск сутність бізнесу визначив свого часу як пошук нових економічних можливостей досягнення кінцевої мети – одержання максимального прибутку (Хайск, 2009). Іншу думку з приводу визначення природи бізнесу було висловлено Й.А. Шумпетером, на переконання якого підприємництво (бізнес) полягає насамперед у створенні й організації нових комбінацій, наявності підвищеного ризику, прагненні до самостійності (Шумпетер, 2007).

3. Стратегія та тактика бізнесу

Стратегія бізнесу – це максимізація вигоди (доходу, прибутку) у процесі провадження підприємницької діяльності того чи іншого виду, укладення й виконання

різних підприємницьких угод. *Тактика* – це реалізація цієї стратегічної установки у відносинах із контрагентами в кожному окремому випадку. Тактика визначає, якими саме способами й методами буде реалізовано стратегію бізнесу. Стратегія та тактика бізнесу взаємозалежні. Вибір стратегії визначає успіх (прибутковість) чи невдачу (збитковість) як усієї діяльності загалом, так і окремої господарської операції. Водночас сама по собі стратегія існувати й реалізовуватися не може без конкретних дій (тактики), оскільки ризикує залишитися відірваною від життя абстракцією.

4. Співвідношення за ознакою обсягу понять бізнесу та підприємництва

Можна виділити три основні підходи до цього питання, які ми й розглянемо більш детально нижче.

Перший підхід – *поняття бізнесу є ширшим за поняття підприємництва*. Згідно з ним бізнес є ширшим поняттям, ніж підприємництво, оскільки під бізнесом варто розуміти будь-яку сферу діяльності, яка приносить прибуток. Це не обов'язково ризикова й інноваційна діяльність, бізнес також передбачає здійснення будь-яких одноразових угод у будь-якій сфері діяльності. Бізнесмену притаманні такі якості, як бажання отримання швидкого прибутку, авантюризм, комплексне знання з основ економіки (Корогод, 2012).

Бізнес – поняття ширше, ніж підприємництво, оскільки охоплює всі відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки, тобто не тільки підприємцями, а й споживачами, найманими працівниками, державними структурами. Підприємництво – динамічний, активний елемент бізнесу, що є ініціативною, самостійною діяльністю, яка здійснюється на власний ризик і під власну майнову відповідальність, із виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг із метою отримання прибутку. Підприємництво включає в оборот свого суб'єкта – підприємця, а не всіх учасників ринку.

Бізнес – це власна справа, ділова активність, спрямована на вирішення завдань, пов'язаних у підсумку зі здійсненням на ринку операцій обміну товарів і послуг між економічними суб'єктами ринку, з використанням форм та методів конкретної діяльності, які склалися в ринковій практиці. Бізнес провадиться заради одержання доходу (прибутку) від результатів діяльності в найрізноманітніших сферах (у виробництві й торгівлі товарами та послугами, банківській і страховій справах, під час проведення транспортних, орендних, інших операцій). Бізнес – поняття більш широке, ніж підприємницька діяльність, оскільки до бізнесу належить також здійснення будь-яких одноразових комерційних угод у будь-якій сфері діяльності, що спрямовані на одержання доходу (Осовська, Осовський, 2008).

Бізнес – це не просто власна справа, це система діяльності на основі приватної власності з метою отримання прибутку (Лукашевич, 2011). Категорія «підприємництво» за своїми ознаками є вужчою, ніж категорія «бізнес». До найважливіших відмінних ознак підприємництва від бізнесу належать такі: значно більший ступінь свободи й самостійності у виборі напрямів і методів діяльності, у прийнятті рішень та відповідальності за ці рішення; інноваційний характер підприємницької діяльності та, відповідно, набагато більший рівень ризикованості; орієнтація на досягнення комерційного успіху (Лаготюк, Безродна, 2016).

Загалом суть зазначеного підходу можна звести до таких положень:

– підприємництво – особливий вид бізнесу. Його метою є отримання не прибутку загалом, а надприбутку, тобто підприємницького доходу, що отримується внаслідок самостійної ризикованої інноваційної діяльності, яка ґрунтується на повній економічній відповідальності, на персоніфікованому гнучкому управлінні та організації процесу відтворення;

– підприємництво є четвертим фактором виробництва, сутність якого полягає в найбільш ефективному комбінуванні трьох основних факторів (землі, капіталу, праці) з метою задоволення потреб споживача способами, які є відмінними від застосовуваних конкурентами, що й дає можливість отримання підприємницького доходу;

– підприємництво – окремий випадок бізнесу, що більшою мірою орієнтований на особистість людини, яка здійснює бізнес та якій притаманні певний стиль і тип господарської поведінки.

Бізнес розуміється як багатогранне поняття, яке набуло безліч споріднених, проте неоднакових за змістом значень: професія, заняття, справа, підприємництво (господарська діяльність із метою отримання прибутку); угоди, ділові кола; ділове життя, компанії; джерела заробітку (Саніахметова, 2005). Відтак за аналізованого підходу поняття бізнесу набуває широкого значення. Це загальноекономічний термін, що характеризує сферу діяльності суб'єкта господарювання та його економічні інтереси (сільськогосподарський, торговельний, банківський тощо), величину й обсяг діяльності (дрібний, великий, середній), а також деякі поодинокі характеристики занять суб'єкта господарювання, що нерідко виходять за межі як правової, так і економічної термінології (наприклад, нечесний бізнес).

Бізнес – це будь-яка діяльність, спрямована на отримання прибутку, тоді як підприємництво – це діяльність легальна (zareєстрована у встановленому законом порядку), комерційна (з метою отримання прибутку), самостійна (кінцевим вигодонабувачем є сам підприємець), систематична (разовий продаж товарів, виконання робіт чи надання послуг не є підприємництвом), ризикована (ніхто не гарантує підприємцю отримання прибутку). Основна відмінність бізнесу від підприємництва полягає в тому, що підприємництво не може бути нелегальним, тоді як бізнес може. До бізнесу також можна віднести разові та непостійні, несистематичні операції в будь-якій сфері діяльності (на відміну від підприємництва, яке є систематичною діяльністю). Якщо підприємництво є завжди «формалізованим», то суб'єктами бізнесу можуть бути також непідприємницькі структури, які укладають комерційні угоди епізодично в товарній та/або грошовій формі.

Бізнес охоплює відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки, та приводить у дію не лише підприємців, а й споживачів, найманих робітників, державні структури. Це пояснюється причіниками зазначеного підходу двома основними обставинами. По-перше, бізнес охоплює більший спектр видів діяльності шляхом проведення як одноразових, так і постійних бізнес-операцій, натомість підприємництво здійснюється тільки у видах діяльності, що дозволені законодавством України; підприємець – це той, хто пройшов процедуру державної реєстрації в місцевих органах влади, набув певного статусу, має ліцензію, спла-

чує податки, веде облік і документацію. По-друге, кількість учасників у бізнесі є більшою, ніж кількість офіційно зареєстрованих суб'єктів підприємництва. Отже, підприємництво є категорією бізнесу.

Більш широке визначення бізнесу веде до того, що залежно від позиції йому можна дати декілька ознак. Наприклад, бізнес як система господарювання – це ділові відносини між людьми або учасниками справ. Ділові відносини – це вираження виробничих відносин. Діяльність будь-якого суб'єкта господарського процесу – це його «діло». Обмін діяльністю та її результатами – це обмін ділами, або ділова угода. Учасники ділових угод є діловими людьми – бізнесменами. Бізнес можна розглядати як засіб функціонування підприємства в ринковому середовищі. При цьому не важливо, до якої галузі діяльності воно належить (промисловості, сільського господарства, торгівлі, фінансово-банківської сфери, науково-технічного обслуговування тощо). Головне те, що це діяльність, яка спрямована на досягнення успіху, отримання доходу, а конкретна галузь визначає лише її особливості. Бізнес – це діяльність, здійснювана приватними особами чи підприємствами (організаціями) щодо використання природних благ, виробництва, придбання та продажу товарів або надання послуг в обмін на інші товари, послуги чи гроші до взаємної вигоди зацікавлених сторін (Доброва, Осипова, 2018).

На практиці ж бізнесу без підприємництва не буває. Підприємництво – це не лише елемент системи бізнесу, а й фактор його розвитку.

Другий підхід – *поняття підприємництва є ширшим за поняття бізнесу*. Згідно з ним підприємництво (entrepreneurship) – це загалом будь-яка діяльність (із метою отримання прибутку), а бізнес (business) – конкретна справа, конкретний проект, конкретна сфера діяльності підприємця.

Термін «бізнес» розуміється також як такий, що характеризує не загалом підприємництво, а лише його сферу, величину й обсяги, тобто переважно кількісні характеристики підприємництва без позначення його сутнісних рис, характерних для будь-якої сфери та виду такої діяльності.

Цей підхід є визначальним для наукових публікацій стосовно теоретичного обґрунтування природи та призначення підприємництва в суспільстві. Значною мірою підприємництво пов'язується з творчою природою людини і її розкриттям у конкретних історичних та економічних умовах, воно розглядається як одна з основних форм соціальної діяльності, що змінює не лише умови життєдіяльності, а й саму людину (її поведінку, погляди, місце в суспільстві тощо) (Калабухова, 2011).

Окремі вчені, обґрунтовуючи доцільність комплексного підходу, трактують поняття підприємництва, на відміну від бізнесу, надто широко. Так, В.Д. Базилевич вважає, що підприємництво є економічною категорією, типом господарської поведінки, господарським мистецтвом і методом економічного мислення (Базилевич, 2008).

Підприємництво, згідно з аналізованим підходом, можливе не тільки у сфері бізнесу, а й у науці, культурі, медицині тощо. Визначальним при цьому є не продукт чи послуга, що надаються, а стиль роботи, суть діяльності підприємця, тип його поведінки, мотивація.

Третій підхід – *поняття бізнесу та підприємництва є синонімічними*. Так, у західній економіко-правовій літературі поняття підприємництва має свої особли-

вості та традиційну назву – «бізнес». Бізнес у вузькому розумінні – це власна справа, підприємництво, а в широкому – здійснення будь-якої діяльності в економічній сфері, характеристика ділових, комерційних відносин у країні загалом. Бізнес – це сукупність ділових відносин, що склалися для задоволення потреб суспільства. Синонімами слова «бізнес» є слова «комерція», «торгівля», «ділова активність», «підприємництво» (Пугінський, 2005).

В Україні бізнес у широкому розумінні цього поняття ще не набув системного характеру, тому його здебільшого ототожнюють із підприємницькою діяльністю (підприємництвом). Поняття підприємництва набуло поширення в соціальній, економічній і правовій літературі, у практичній підприємницькій діяльності як еквівалент поняття «бізнес» (англ. business) – дієве підприємництво, а «бізнесмен» – це підприємець, особа, яка робить вигідну справу.

Підхід до розуміння підприємництва та бізнесу як синонімічних понять досить поширений у сучасній вітчизняній економіко-правовій науці. Його також покладено в основу чинного господарського законодавства.

У нормативно-правових актах України терміни «бізнес» і «підприємництво» вживаються як синонімічні, не розмежовуються жодним чином. Зокрема, п. 2 Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про тимчасові заходи на період проведення антитерористичної операції» щодо відновлення можливостей розвитку малого та середнього бізнесу з використанням позикового фінансування на території проведення антитерористичної операції» від 21 грудня 2017 р. № 2266-VIII було внесено зміни до п. 2 ст. 9 Закону України «Про тимчасові заходи на період проведення антитерористичної операції», відповідно до яких «положення ч. 1 цієї статті, крім зупинення дії ст. 40 (у частині виселення мешканців із житлових будинків та приміщень, переданих в іпотеку, щодо яких є судові рішення про звернення стягнення на такі об'єкти) Закону України «Про іпотеку», не поширюються на нерухоме майно фізичних осіб – підприємців, юридичних осіб – суб'єктів малого і середнього підприємництва, місцем розташування якого є територія проведення антитерористичної операції, крім населених пунктів згідно з переліками, передбаченими ч. 4 ст. 4 цього Закону, оформлене в іпотеку з метою забезпечення виконання зобов'язань за договорами, укладеними після 1 січня 2018 р., або за договорами, до яких після 1 січня 2018 р. за погодженням сторін вносилися зміни в частині продовження строків виконання зобов'язань та/або зменшення розміру процентів, штрафних санкцій» (Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про тимчасові заходи на період проведення антитерористичної операції» щодо відновлення можливостей розвитку малого та середнього бізнесу з використанням позикового фінансування на території проведення антитерористичної операції», 2017). Відповідно до п. 3 Положення про Раду бізнес-омбудсмена, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 26 листопада 2014 р. № 691, Раду бізнес-омбудсмена створено з метою сприяння прозорості діяльності органів державної влади, суб'єктів господарювання, що належать до сфери їх управління, запобігання корупційним діянням та/або іншим порушенням законних інтересів суб'єктів підприємництва (Постанова Кабінету Міністрів України «Про утворення Ради бізнес-омбудсмена», 2014).

5. Підходи до економіко-правової сутності бізнесу

Усе розмаїття підходів до економіко-правової сутності бізнесу (підприємництва), його теоретичної основи можна впорядкувати та систематизувати.

Так, згідно з *атрибутивним підходом* підприємництво (бізнес) розуміється як сукупність певних атрибутів. Наприклад, В.Є. Пилипенко та І.П. Шевель виділяють такі атрибути підприємництва: 1) мотив дії, що є водночас мотивом збагачення; 2) механізм дії, який спирається на інвестування в певній сфері економічної діяльності; 3) ризик, пов'язаний із невпевненістю в прийнятих рішеннях та з покриттям наявних витрат в особистих цілях (Пилипенко, Шевель, 1997). Однією з визначальних для існування підприємницького феномена в суспільстві визнається ознака свободи, під якою розуміється свобода вибору напрямів і методів діяльності, самостійність у прийнятті рішень, свобода попиту й пропозиції робочої сили, свобода ініціативи та підприємливості, незалежність мислення (Краєва, Мінаєв, 1995). Категорія свободи визнається однією з ключових у розумінні суті підприємництва. Серед інших ознак підприємництва прийнято виділяти орієнтацію підприємця на досягнення комерційного успіху (зиску), постійну наявність чинника ризику, інноваційний характер діяльності (Покропивний, Колот, 1998); відповідальність підприємця за прийняте рішення, його наслідки (Іванов, Кравченко, Хоменко, 1995).

В економічній науці до ознак підприємництва відносять такі:

- 1) це самостійна діяльність суб'єктів ринкової економіки. Ніхто не може примусити іншого займатися тим чи іншим видом бізнесу;
- 2) це ініціативна діяльність, основана на комбінуванні факторів виробництва, на інноваціях. Інструментом підприємництва в будь-якій сфері діяльності є інновації;
- 3) це ризикована діяльність. Без ризику немає підприємництва, усе нове, як правило, пов'язане з ризиком (свідомим, розрахованим, помірним);
- 4) це діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку. Відповідно, це не разовий, а довгостроковий господарський процес, спрямований на виробництво й реалізацію товарів, виконання робіт чи надання послуг споживачам, суспільству;
- 5) це професійна діяльність господарюючих суб'єктів, орієнтована на краще задоволення потреб ринку шляхом ефективного використання матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсів. Базою підприємництва є знання, які дають змогу ефективно використовувати економічні ресурси;
- 6) це законна діяльність, що втілюється її учасниками в певних організаційно-правових формах. Вона має бути зареєстрована у встановленому законом порядку з використанням особливого дозволу (ліцензії), якщо це необхідно за законодавством.

З позиції господарського права підприємництво – найбільш поширений у світовій і вітчизняній практиці вид господарської діяльності. Окрім загальних ознак, які визначені в ст. 3 Господарського кодексу України та характеризують будь-який вид господарської діяльності (сфера здійснення, спрямованість на виготовлення й реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг, вартісний характер і цінова визначеність), підприємництву властиві також специфічні риси, що отримали

відображення в легальному визначенні, наведеному в ст. 42 Господарського кодексу України. Цими атрибутивними ознаками підприємництва є такі:

1) *самостійність*, що має організаційно-майновий характер. В організаційно-правовому аспекті це дістає вияв у безпосередньому здійсненні підприємцем господарської діяльності, у можливості виступати від свого імені, на власний розсуд обирати вид діяльності, організаційно-правову форму, у якій він планує здійснювати таку діяльність, визначати організаційну структуру (для підприємств), встановлювати принципи управління діяльністю з урахуванням самостійно розробленої стратегії розвитку, приймати рішення щодо способів господарського використання належних активів (майна, грошових коштів (власних і залучених), майнових прав тощо). Майново-правовий аспект самостійності підприємництва – це наявність майна, що належить підприємцю на підставі права власності, права господарського відання або права оперативного управління, можливість самостійного розпорядження прибутком, що залишився після сплати обов'язкових платежів до бюджету (податків, зборів та інших видів платежів), а також самостійна майнова відповідальність за власними зобов'язаннями, якщо інше не передбачене законом або установчими документами;

2) *ініціативність*, що має внутрішню та зовнішню сторони. Внутрішня ініціатива підприємця дістає вияв у розробленні власного підходу до поєднання факторів виробництва в єдиний процес виробництва та/або реалізації суспільно корисного продукту. При цьому підприємець є організатором виробництва, налагоджує діяльність, упроваджує нові ідеї, що підвищують конкурентоспроможність продукту, який виробляється (реалізується), оптимізує процес одержання прибутку. Внутрішня сторона підприємницької ініціативи проявляється також у пошуках і реалізації нових комбінацій факторів виробництва (оновлення продукції, технологій, організаційно-управлінських підходів) з метою задоволення наявного чи потенційного попиту. Зовнішня сторона підприємницької ініціативи отримує відображення переважно в побудові організаційно-господарських відносин (з добровільної сертифікації продукції, вступу до об'єднання підприємств тощо);

3) *систематичність* – підприємець має на меті не вчинення однієї разової господарської операції, а провадження регулярної діяльності в обраній сфері суспільного виробництва. Водночас сама по собі кількість здійснення підприємцем господарських операцій не впливає на кваліфікацію господарської діяльності як підприємництва, оскільки до уваги береться мета – здійснення невизначеної кількості господарських операцій;

4) *ризиковість*, що виявляється в імовірному характері прибутку. Підприємництво здійснюється з метою отримання прибутку, проте не завжди цієї мети може бути досягнуто. У таких випадках підприємець несе всі ризики, пов'язані з негативними майновими наслідками його діяльності;

5) *мета – отримання прибутку* поряд із досягненням інших економічних і соціальних результатів. Проте відсутність реально отриманого прибутку не означає, що діяльність перестала бути підприємницькою (тобто найголовнішою ознакою є саме мета отримання прибутку, а ступінь її досягнення має вторинне значення для віднесення діяльності до підприємництва).

Згідно з *процесуальним підходом* підприємництво розуміється як процес, який має певні часові ознаки (початок, розвиток, завершення), а також змістові характеристики. Прибічники цього підходу вважають, що спонтанний порядок ринку найкраще розглядати не в термінах рівноваги, яка існує в кожний заданий момент, а в термінах процесу, що триває безперервно. Центральна фігура в цьому процесі – підприємець. Саме прагнення підприємця перемістити заходи й ресурси з розряду низькооцінюваних у розряд високооцінюваних (звісно ж, з отриманням при цьому прибутку) упорядковує цей процес. Так, Е.Дж. Доллан і Д. Ліндсей заперечують визнання підприємництва четвертим фактором виробництва та вважають таке порівняння недоречним, оскільки, на відміну від інших факторів (праці, капіталу й природних ресурсів), підприємництво є невимірним. Натомість учені пропонують вважати підприємництво процесом пошуку найкращого засобу поєднання трьох основних факторів виробництва (Доллан, Ліндсей, 1994).

Р. Хизрич і М. Пітере розуміють підприємництво як процес, який вимагає багато часу й зусиль, моральної та соціальної відповідальності; процес, який приносить у результаті грошовий дохід та особисте задоволення від досягнутого (Хизрич, Пітере, 1994).

І.Е. Мусаелян та Ю.О. Славінський підкреслюють, що підприємництво – це процес соціальної інновації, спрямований на започаткування й ведення власної справи, професійних організацій, нових професій і робочих місць (Мусаелян, Славінський, 1995). Бізнес (підприємництво), на переконання Д. Куратко й Р. Ходжетса, неодмінно містить характеристику процесу інновації та створення нового ризикового підприємства шляхом використання чотирьох основних величин: особистості, оточення, організації та процесу (Куратко, Ходжетс, 1995).

Таким чином, під час визначення теоретичної основи підприємництва (бізнесу) чимало провідних учених зосереджують увагу на ньому як на процесі, що має інноваційний характер, відбувається постійно й цілеспрямовано. Такий підхід підкреслює динаміку підприємництва. Поняття бізнесу (підприємництва) трактується як таке, що має принаймні такі основні значення: а) процес виробництва, матеріальний, технологічний процес; б) система передбачених законом організаційно-правових форм підприємництва (здійснення господарської діяльності з метою отримання прибутку), тобто законодавчий і соціальний процес. Підприємництво за аналізованим підходом визначається насамперед як динамічний процес створення прибуткового добробуту особами, які враховують основні ризики; це творчий акт, застосування енергії, ініціативності та створення підприємства чи організації, що потребує бажання ризикувати та робити все можливе, щоб зменшити ризик несення втрат, збитків. У всіх визначеннях бізнесу (підприємництва) за процесуальним підходом підкреслюється динамічний і ризиковий характер.

Проте необхідно зазначити, що, незважаючи на переваги й переконливість визначення підприємництва як процесу з позиції економічної теорії, воно не може бути покладене в основу легального (законодавчого) визначення підприємницької діяльності з огляду на його узагальненість і брак низки ознак, що давали б змогу відмежувати підприємництво від інших видів господарської діяльності.

Діяльнісний підхід об'єднує погляди науковців, які розглядають підприємництво (бізнес) як різновид економічної діяльності й поведінки, форму економічної активності. Як зазначає О.М. Леонт'єв, діяльність – це не реакція та не сукупність реакцій, а система, що має свою будову, свої внутрішні трансформації й перетворення, свій розвиток (Леонт'єв, 1977).

Якщо класична економічна теорія під час визначення підприємництва концентрується на питаннях отримання максимального прибутку з ресурсів і досягнення рівноваги, то нетрадиційна економічна теорія пояснює сутність підприємництва (бізнесу) з позицій економічної теорії динамічної нерівноваги. Так, Й.А. Шумпетер стверджував, що «нормою» здорової економіки є не рівновага чи оптимізація, а динамічна нерівновага, спричинена не чим іншим, як діяльністю новатора – підприємця, яка спрямована на створення нового споживчого попиту, на поліпшення чогось іншого, відмінного від попереднього, що більш повно забезпечує потреби (Шумпетер, 2007). П.Ф. Друкер також висловлював думку про те, що теоретичною основою підприємництва є економічна теорія динамічної нерівноваги (Друкер, 2004).

Типовим для цього підходу є розуміння підприємництва (бізнесу) таким чином:

- як особливої ініціативної економічної активності дієздатних громадян, спрямованої на задоволення потреб суспільства й населення та отримання особистого зиску;
- як інтелектуальної діяльності ініціативної, цілеспрямованої енергійної людини, яка володіє повністю або частково якими-небудь цінностями (матеріальними, грошовими) для організації та провадження власної справи;
- як соціально-організуючої та перетворюючої діяльності, що є різновидом творчої як однієї з ключових форм соціальної діяльності загалом;
- як особливого, творчого типу економічної поведінки, що є необхідною основою досягнення економічного успіху (Калабухова, 2011; Лукашевич, 2011);
- як діяльності, що спрямована на максимізацію прибутку, зміст якої полягає в задоволенні його шляхом продажу продуктів і послуг як товару (Бобров, 1995);
- як будь-якої діяльності, що ставить за мету одержання прибутку за рахунок залучення власних коштів, або опосередкованої участі в такій діяльності шляхом вкладення в справу власного капіталу (Крутик, Піменова, 1995; Львов, 1992);
- як діяльності, яка здійснюється приватними особами, підприємствами та організаціями щодо виробництва, надання послуг, виконання робіт, продажу товарів (обміну на інші товари чи гроші) задля взаємної вигоди зацікавлених осіб, підприємств та організацій;
- як самостійної, ініціативної, постійної діяльності у сфері виробництва, надання послуг і торгівлі, що здійснюється на власний страх і ризик із метою отримання прибутку (Дзюбик, Ривак, 1994);
- як творчої діяльності ділових людей, спрямованої на пошук нових сфер застосування капіталу, створення нових і вдосконалення існуючих продуктів, виробництв, організацій, розвиток власних переваг та ефективне використання різних можливостей для одержання прибутку (Мединський, Шаршукова, 1997);
- як господарсько-фінансової діяльності суб'єктів різних форм власності в межах чинного законодавства на свій ризик і під власну фінансову й майнову відповідальність (Онищенко, Мельничук, 1993).

Для цього ж підходу характерне визначення підприємництва як способу життя або дій, одного з постійних занять ділової людини, певного стилю (типу) поведінки (Нельга, 1994). Так, А. Шапіро визначає підприємництво як тип поведінки, що включає ініціативне прийняття рішень, організацію або реорганізацію економічних механізмів та прийняття на себе ризику поразки (Шапіро, 1975). Підприємництво визначається також як особливий новаторський, антибюрократичний стиль господарської поведінки, в основі якого лежить постійний пошук нових можливостей і ресурсів (Єрмошенко, Борсученко, 1991). Поширення набула також позиція, за якою підприємництво визначається як спільна ініціативна діяльність громадян та їх об'єднань, спрямована на отримання прибутку; діяльність, що здійснюється на власний ризик і під майнову відповідальність у межах, визначених організаційно-правовою формою підприємництва (Позняков, 1994).

А.В. Бусигін аналізує поняття підприємництва в різних його аспектах: а) мистецтво ведення ділової активності; б) розумовий процес; в) з філософської позиції – особливий настрій душі, форма ділової романтики, засіб реалізації потенцій; г) у професійному змісті – уміння організувати свій бізнес та досить успішно реалізувати функції, пов'язані з веденням власної справи; ґ) з позиції можливості підприємця передбачити те, як реалізація його ідей у виробничому процесі буде сприйнята ринком, підприємництво – це форма поєднання унікальних знань і конкретної ринкової ситуації з метою забезпечення твердих позицій на ринку. Зрештою, автор визначає підприємництво як особливу форму економічної активності, засновану на інноваційному, самостійному підході до виробництва й поставки на ринок товарів, що приносять підприємцю дохід та усвідомлення своєї значимості (Бусигін, 2001).

Законодавство (ст. 42 Господарського кодексу України) також визначає підприємництво саме як діяльність (вид господарської діяльності), що є самостійною, ініціативною, систематичною, здійснюваною на власний ризик суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Відтак і вітчизняні юристи-господарники підприємництво тлумачать саме як діяльність. Так, В.Л. Мусіяка визначає підприємництво як не заборонену законом ініціативну, систематичну діяльність приватних осіб (підприємців) і юридичних осіб, що базується на приватній або будь-якій іншій формі власності, спрямовану на отримання прибутку від виробництва товарів, виконання робіт і надання послуг, здійснювану на власний ризик та під свою відповідальність (Мусіяка, 1995). В.С. Щербина зазначає, що підприємництвом є господарська діяльність, яка здійснюється для досягнення економічних і соціальних потреб із метою отримання прибутку, а суб'єкти такої діяльності (підприємництва) є підприємцями. Підприємництво є основним видом господарської діяльності (Щербина, 2012). На думку Д.В. Задихайла, під підприємництвом варто розуміти реалізацію фізичною або юридичною особою своєї правоздатності шляхом складання та виконання цивільно-правових договорів неспоживчого характеру з метою отримання прибутку (Задихайло, 1998). Т.В. Кашаніна визначає підприємництво як ініціативну діяльність господарських суб'єктів, яка ґрунтується на їхній самостійності, власній зацікавленості та відповідальності, новаторстві й ризику (Каша-

ніна, 1994). В.Ф. Попондопуло зазначає, що підприємництво – це сукупність правомірних вольових дій, які здійснюються професійно, систематично та на власний ризик особою, яка зареєстрована як підприємець, з метою одержання прибутку (Попондопуло, 1994).

Згідно з *інституціональним підходом* підприємництво розглядається як соціально-економічний чи економіко-правовий інститут.

В умовах суспільства, що трансформується, особливо вагомий вплив на процеси формування підприємницької активності мають фактори середовища, пов'язані з фоново-об'єктивними, зовнішньодетермінуючими умовами функціонування підприємництва. У своєму поєднанні вони формують суспільні передумови розвитку підприємництва. Визначаючи шляхи й форми його розвитку, вони закладають фундамент для існування підприємництва як ринкового інституту на рівні соціально-економічних, політичних, організаційно-правових, культурно-освітніх і технічних передумов (Пачковський, 2003). Зокрема, Є.І. Суїменко характеризує підприємництво як один із соціально-економічних інститутів суспільства (Суїменко, Ворона, 2001). На думку ж А. Коуела, підприємництво є містком між суспільством загалом та орієнтованими на одержання прибутку інститутами, заснованими для отримання вигод і найповнішого задоволення їхніх економічних потреб (Коул, 1959).

Яскравим представником *функціонального підходу* прийнято вважати Й.А. Шумпетера. Автор виводить із процесу обігу капіталу принципову необхідність особливої підприємницької функції, яка полягає в реалізації організаційно-господарської інновації (дослівно «нових комбінацій факторів виробництва»). Підприємці, на його думку, не утворюють особливу професію чи окремих клас. Ідеться саме про функцію, що здійснюється періодично різними суб'єктами. У кожній господарській сфері вона то з'являється, то затихає, замінюючись більш рутинними діями. При цьому підприємець не обов'язково сам винаходить «нові комбінації». Він здійснює їх практично, часто імітуючи при цьому чужий господарський досвід (Шумпетер, 2007).

Існує думка, що саме функціональний підхід об'єднує та вичерпує практично всі існуючі підходи. Так, В.В. Радаєв вважає, що всі інші підходи варто розглядати як видові відмінності функціонального підходу. На його переконання, підприємництво може бути пов'язане з власністю на капітал, супроводжується або не супроводжується трудовою (управлінською, виконавчою) активністю. Підприємницькі акції можуть проводитися зверху через існуючі адміністративні канали або ініціюватися знизу неформальними лідерами. А підприємцями можуть бути як спеціально підготовлені професіонали (випускники елітних бізнес-шкіл), так і «аматори», які не мають професійної підготовки. Підприємницькі дії можуть бути засновані на ретельних підрахунках і на значній інтуїції. Одні з них спрямовані на ефективне прилаштування, імітацію існуючих зразків організації в нових умовах; друга група таких дій спрямовується на пізнання прихованих від більшості людей господарських можливостей, а третя – на активне формування цих нових організаційних форм. В одних випадках підприємницькі дії пов'язані з очевидним ризиком (втратою доходів і майна, статусу й часу), в інших цей ризик прорахований, проте залишається місце для невизначеності, а в третіх ризику може не існувати зовсім

(окрім неминучої втрати часу за будь-якого фіналу). Характер організаційно-господарських дій залежить від розмірів залучених ресурсів та сфер (галузей) їх освоєння. Ці дії можуть виходити за межі власне виробництва (наприклад, у сфері політики, науки, мистецтва), якщо вони орієнтовані на здобуття прибутку. Зрештою, підприємництво може бути індивідуальним чи груповим за виконанням, успішним або неуспішним за результатом. У всіх цих випадках, як вважає В.В. Радаєв, зберігається розуміння підприємництва як функції, яка виникає та зникає за потребою, може безмежно дробитися та інтегруватися. Ця функція властива будь-якій господарській системі, принаймні з моменту її вступу в стадію індустріалізації. Вона може реалізовуватися як у державному, так і в недержавному секторі, існувати за найрізноманітніших політичних режимів (Радаєв, 2005).

Певні ознаки функціонального підходу з елементами атрибутивності репрезентує також Ю.Ф. Пачковський, який розглядає підприємництво як особливий різновид людської діяльності й поведінки, в основі якого лежать такі явища: особлива чутливість до змін та прагнення щось змінити у своєму житті (елемент ініціативи); взяття на себе відповідальності за можливі невдачі й поразки, готовність ризикувати (елемент ризику); сприяння реалізації та використання нових технологій шляхом упровадження у виробництво винаходів та інновацій (елемент новаторства); самостійність судження під час прийняття важливих рішень (елемент свободи); спрямованість на діяльне перетворення навколишнього світу, побудову нових відносин (елемент активності). Підприємництво, на думку зазначеного вченого, – це соціальний феномен кумулятивного типу, що створює основу для поступального розвитку людської цивілізації, з'являється в певний період розвитку суспільства чи груп та є основою їх подальшого розвитку (Пачковський, 2003).

Узагальнюючи, варто зауважити, що наукове осмислення підприємництва пройшло «три хвилі» в розвитку теорії підприємницької функції (Саніахметова, 2005) у розрізі функціонального підходу. «Перша хвиля», яка виникла у XVIII ст., була пов'язана з концентрацією уваги на несенні підприємцем ризику (Р. Кантільон, Й. Тюнен, Г. Мангольдт, Ф. Найт). «Друга хвиля» в науковому осмисленні підприємництва пов'язана з виділенням інноваційності як основної характерної риси (Й.А. Шумпетер). «Третя хвиля» пов'язана з обґрунтуванням поліфункціональної моделі підприємництва та відрізняється концентруванням уваги на особистих якостях підприємця (Л. Мізек, Ф. Хайек, І. Кірцнер). Сучасний етап розвитку теорії підприємницької функції відносять до «четвертої хвилі», виникнення якої пов'язується з перенесенням акценту на управлінський аспект в аналізі дій підприємця, у тому числі у внутрішньофірмовому підприємстві (Бусигін, 2001).

6. Співвідношення понять «підприємницька діяльність (підприємництво)», «комерційна діяльність» та «торговельна діяльність (торгівля)»

Доктринальні підходи щодо цього питання кардинально різняться.

Зокрема, одні автори вважають синонімічними поняття підприємництва та комерційної діяльності, які розглядаються ними як більш загальні порівняно з більш вузьким поняттям торгівлі. Так, В.С. Щербина, ототожнюючи комерційну діяльність і підприємництво, вказує на те, що господарська комерційна діяльність (підприємництво) здійснюється суб'єктом господарювання (підприємцем) як самостій-

на, ініціативна, систематична, на власний ризик діяльність із метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку (ст. 42 Конституції України) (Щербина, 2012). Такої ж думки дотримується О.П. Подцерковний, який стверджує, що господарська комерційна діяльність (підприємництво) утворює основу предмета господарсько-правового регулювання, оскільки більшість норм господарського права присвячені регулюванню комерційних відносин (Подцерковний, 2010). В.В. Лаптев вважає, що викликає сумніви трактування як комерційної діяльності лише діяльності у сфері обороту. На його думку, терміни «підприємницька діяльність» та «комерційна діяльність» є синонімами. Відповідно, є синонімами також терміни «підприємницьке право» та «комерційне право» (Лаптев, Занковський, 2006).

У сучасній економічній літературі також мають місце спроби провести розмежування між більш широким поняттям «комерція (комерційна діяльність)» та власне торгівлею. Наприклад, деякі автори вважають, що поняття «комерційна діяльність» включає не лише торгівлю у вузькому сенсі (посередницьку), а й комерційний продаж та комерційне придбання товарів (Зирянова, 1995). Не зрозуміло за такого підходу, щоправда, чому зміст поняття «торгівля (торговельна діяльність)» обмежується виключно діяльністю посередницькою. Розглядаючи підприємництво в нерозривному зв'язку з фазами виробничого циклу (виробництвом продукції та послуг, обміном і розподілом товарів, їх споживанням), інші автори пропонують виділяти такі базові види підприємницької діяльності, як виробнича, комерційна, фінансова та консультативна. При цьому під комерційним підприємництвом вони розуміють діяльність товарних і торговельних господарських організацій (Горфінкель, Поляк, Швандар, 2001).

З економічної позиції комерційна діяльність розглядається також як така, що передбачає три напрями її здійснення: збут промисловими підприємствами товарів, закупку сировини, комплектуючих виробів та інших матеріально-технічних ресурсів, комерційно-посередницьку діяльність. При цьому комерційна діяльність розглядається як така, що включає в себе, окрім торговельної діяльності (реалізації та закупки товарів), надання різноманітних послуг, спрямованих на просування товару на ринку та ефективне задоволення купівельного (споживчого) попиту. Комерція визначається як торговельна й посередницька діяльність, участь у продажі та сприяння продажу товарів і послуг (у широкому сенсі – підприємницька діяльність). Тому під час дослідження співвідношення понять «торговельна діяльність» і «комерційна діяльність» більш широким поняттям має визнаватися «комерційна діяльність», оскільки вона включає в себе, крім торгівлі, також інші види діяльності, що сприяють процесу реалізації й просування на ринку товару від його виробника до кінцевого споживача (Андреєва, 2013).

Натомість інші науковці вважають синонімічними поняття комерційної та торговельної діяльності, відмежовуючи їх від більш широкого поняття підприємництва. Так, на думку В.С. Белих, поняття «підприємницька діяльність» і «торговельна діяльність» не є синонімами. Відомо, що процес виробництва продукції (товару) у широкому значенні можна поділити на окремі етапи та види діяльності: маркетинг (пошук і вивчення ринку), проектування та/або розроблення технічних

вимог до продукції, підготовка й розроблення виробничих процесів, виробництво (у вузькому розумінні), торговельна (торговельно-посередницька, торговельно-закупочна) діяльність, контроль, проведення випробувань і досліджень, упаковка й зберігання, монтаж та експлуатація, технічне обслуговування, утилізація використання. Ці етапи й види діяльності охоплюються терміном «життєвий цикл продукції». Тому виробнича й торговельна (торговельно-посередницька, торговельно-закупочна) діяльність – це самостійні види життєвого циклу продукції. За своїм економічним змістом торгівля входить у стадію обміну продуктами праці. Комерція та торгівля – це синоніми, а тому поняття «комерційне право» й «торгове право» співпадають за обсягом і за змістом (Белих, 2005). Комерційна (торговельна) діяльність, на думку В.С. Белих, є видом підприємницької діяльності, яка у свою чергу є видом господарської діяльності (Белих, 2005).

На думку Б.І. Пугінського, не викликає сумнівів те, що комерція, тобто торгівля, – це вид підприємницької діяльності. Торговельна діяльність виконує значні економічні й соціальні функції, що відрізняють її від інших видів підприємницької діяльності. Вона опосередковує відносини відокремлених товароволодільців в умовах суспільного розподілу праці. Ці відносини розвиваються через товарний ринок, купівлю-продаж товарів. Торгівля забезпечує просування товарів від виробників до споживачів. Комерція співпадає з іншим підприємництвом лише за ознакою націленості на систематичне отримання прибутку. Із цього співпадіння жодним чином не постає, що комерційне право – це частина підприємницького права (Пугінський, 2005). Позиція автора є дещо суперечливою, оскільки він, ставлячи знак рівності між торговельною та комерційною діяльністю, усе-таки робить спробу відмежування комерційного права від права торгового.

Г.Ф. Шершеневич зазначає, що діяльність, яка має на меті посередництво між виробниками та споживачами в процесі обороту економічних благ, іменується торгівлею. Торгівля у свою чергу поділяється на оптову й роздрібну. Учений також звертає увагу на необхідність розмежування економічного та правового розуміння поняття торгівлі. В економічній науці склалося усталене уявлення про торгівлю як про один із видів діяльності, у межах якого відбувається реалізація товарів шляхом їх продажу. Із цього постає висновок Г.Ф. Шершеневича про те, що коло відносин, до яких застосовується торгове право, виходить за межі, визначені економічним уявленням про торгівлю. Якщо первинно торгове право співпадало з правом виключно торговельного обороту, то згодом сфера застосування торгового права почала розширюватися та переходити до сфери економічного обороту загалом (Шершеневич, 1914).

Інакше кажучи, за таких підходів слово «комерція» тлумачиться як таке, що означає торгівлю, торговельні операції. А оскільки комерція та торгівля є синонімами, то й поняття «торгове право» та «комерційне право» співпадають за обсягом і змістом.

7. Висновки

Поняття бізнесу є комплексним і багатозначним, його економіко-правова природа не до кінця з'ясована. Відтак воно не повинне розглядатися як явище суто економічне, соціальне чи виключно правове. Більше того, вкрай важливим під час

дослідження бізнесу є первинне звернення до напрацювань економічної науки з таких причин:

1) будь-які господарські явища, інститути, види й способи господарювання (не є винятком і бізнес як такий) мають економічне підґрунтя, економічні передумови виникнення та становлення;

2) дослідження економічної сутності того чи іншого явища в науці господарського права необхідне для того, щоб віднайти адекватні правові форми відносин, які становлять предмет відповідної галузі права, а тому визначити й висвітлити правову природу тієї чи іншої категорії господарського обороту неможливо без з'ясування її економічної сутності, і навпаки, вирішенню різноманітних економічних завдань сприяє використання адекватних правових форм (при цьому бізнес знов-таки не виняток);

3) правова наукова думка не завжди встигає засвоювати досягнення економічної науки щодо ринкової інфраструктури, різноманітних форм господарювання тощо, у результаті чого економічна та правова проблематика підприємництва (зайняття бізнесом) у сфері господарювання виявляється замкненою єдиним колом.

В економіко-правовій літературі досить часто бізнес (підприємництво) визначається не просто як господарська діяльність, а саме як тип господарської поведінки, заснованої на пошуку нових, більш ефективних засобів використання ресурсів, організаційно-господарському новаторстві, нововведеннях, задоволенні потреб як суспільства загалом, так і конкретного споживача. У загальному вигляді під бізнесом розуміється корисна економічна (господарська) діяльність, що має своєю головною метою отримання прибутку. Тобто це насамперед форма економічної активності, спрямована на здобуття максимального прибутку.

Вважаємо найбільш виправданим із позиції потреб чинного господарського законодавства підхід до розуміння підприємництва та бізнесу як до синонімічних понять.

Усе розмаїття підходів щодо економіко-правової сутності бізнесу (підприємництва), його теоретичної основи може бути зведене до таких основних підходів, як атрибутивний, процесуальний, діяльнісний, інституціональний і функціональний. Аналіз кожного з них свідчить про те, що в основу легального визначення підприємництва, а також його правового забезпечення покладено атрибутивний і діяльнісний підходи.

На нашу думку, співвідношення між такими економіко-правовими категоріями, як «підприємницька діяльність (підприємництво)», «комерційна діяльність» та «торговельна діяльність (торгівля)», має вибудовуватися в такій логічній послідовності: господарська діяльність – підприємницька (комерційна) діяльність – торговельна діяльність.

Список використаних джерел:

1. Андреева Л.В. Правовое регулирование торговой деятельности в России (теория и практика). М.: Проспект, 2013. 350 с.
2. Белых В.С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России. М.: ТК «Велби», Изд-во «Проспект», 2005. 432 с.
3. Бобров В.Я. Основы рыночной экономики. К.: Либідь, 1995. 320 с.
4. Бусыгин А.В. Предпринимательство. М.: Дело, 2001. 640 с.
5. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. К.: Знання; КОО, 2008. 302 с.

6. Господарське право / за ред. О.П. Подцерковного. Х.: Одіссей, 2010. 640 с.
7. Дзюбик С.Д., Ривак О.С. Основи економічної теорії. К.: Основи, 1994. 423 с.
8. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу. О.: Бондаренко М.О., 2018. 305 с.
9. Доллан Э.Дж., Линдсей Д. Макроэкономика / пер. с англ. В.В. Лукашевича др.; под общ. ред. Б.С. Лисовика и др. СПб., 1994. 405 с.
10. Друкер П. Энциклопедия менеджмента / пер. с англ. О.Л. Пелявского. М.: Вильямс, 2004. 432 с.
11. Економічна теорія: політекономія / за ред. В.Д. Базилевича. К.: Знання, 2008. 719 с.
12. Ермошенко Н.Н., Борсученко Э.И. Формы предпринимательства за рубежом. К.: УкрНИИТИ, 1991. 80 с.
13. Задыхайло Д.В. Проблемы кодификации предпринимательского законодательства. Предпринимательство, хозяйство и право. 1998. № 5. С. 6.
14. Иванов Ю.Б., Кравченко Ю.І., Хоменко М.М. Вступ до бізнесу. К.: Лібра, 1995. 252 с.
15. Калабухова С.В. Визначення соціально-економічної сутності підприємницької діяльності як об'єкта аналітичного забезпечення. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2011. Вип. 8. Ч. 1. С. 210–226.
16. Кашанина Т.В. Предпринимательство (правовые основы). М.: Юридическая литература, 1994. 377 с.
17. Кісельов А.П. Основи бізнесу. К.: Вища школа, 1997. 191 с.
18. Cole A. Business Enterprize in its Social Setting. Harvard: Business & Economics, 1959. 286 p.
19. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке / под ред. А.В. Зырянова. Екатеринбург, 1995. 416 с.
20. Консидайн Б. Больше, чем жизнь: удивительная биография доктора Арманда Хаммера / под ред. М.Г. Стуруа. М.: Прогресс, 1981. 224 с.
21. Корогод І.В. Генезис і сутнісна характеристика бізнесу в контексті економічних учень. Економіка і регіон. 2012. № 2. С. 57–62.
22. Краева Н.М., Минаев В.Н. Особенности развития российского предпринимательства. Общество и экономика. 1995. № 4. С. 76–78.
23. Крутик А.Б., Пименова А.Л. Введение в предпринимательство. СПб.: Политехника, 1995. 583 с.
24. Kuratko F.D., Hodgets M.R. Entrepreneurship: A Contemporary Approach. Texas: The Dryden Press, 1995. 748 p.
25. Лаготюк В.О., Безродна С.М. Підприємництво і бізнес-культура. Чернівці: Родовід, 2016. 158 с.
26. Лапшин В.В. Бізнес: соціально-економічна сутність і проблема визначення. Сучасна картина світу: інтеграція наукового та позанаукового знання: збірник наукових праць. Суми: УАБС НБУ, 2004. Вип. 3. С. 112–116.
27. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1977. 188 с.
28. Лукашевич М.П. Соціологія ринку. К.: ІПК ДСЗУ, 2011. 231 с.
29. Львов Ю.А. Основи економіки и организации бизнеса. СПб.: Формика, 1992. 384 с.
30. Медынский В.Г., Шаршукова Л.Г. Инновационное предпринимательство. М.: Инфра-М, 1997. 240 с.
31. Мусияка В.Л. Правовые основы предпринимательской деятельности. Х.: Бизнес-информ, 1995. 90 с.
32. Мусаелян И.Э., Славинский Ю.О. Психология предпринимательства – новая область отечественной психологической науки. Вестник Московского университета. Серия 14 «Психология». 1995. № 1. С. 21–24.

33. Нельга Т.О. Українське підприємництво: історичні передумови й соціокультурні детермінанти. *Філософська і соціологічна думка*. 1994. № 7. С. 81–84.
34. Онищенко В.Ф., Мельничук В.П. *Организация и экономика частного предприятия*. К.: Ділова Україна, 1993. 93 с.
35. Осовська Г.В., Осовський О.А. *Основи менеджменту*. К.: Кондор, 2008. 664 с.
36. Пилипенко В.С., Шевель І.П. *Соціологія підприємництва*. К.: Європа, 1997. 104 с.
37. Пачковський Ю.Ф. *Підприємництво як предмет соціопсихологічного дослідження (діяльнісно-поведінковий аспект): дис. ... докт. соціол. наук: 22.00.04; Львівський нац. ун-т ім. Івана Франка*. Львів, 2003. 427 с.
38. Покровский И.А. *Основные проблемы гражданского права (1917 г.)*. М.: Статут, 2001. 354 с.
39. Покропивний С.Ф., Колот В.М. *Підприємництво: стратегія, організація, ефективність*. К.: КНЕУ, 1998. 352 с.
40. Про утворення Ради бізнес-омбудсмена: Постанова Кабінету Міністрів України від 26 листопада 2014 р. № 691 / Кабінет Міністрів України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/691-2014-%D0%BF>.
41. Попондопуло В.Ф. *Правовой режим предпринимательства*. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1994. 208 с.
42. *Предпринимательское (хозяйственное) право* / ред.: В.В. Лаптев, С.С. Занковский. М.: Волтерс Клувер, 2006. 560 с.
43. *Предпринимательство* / ред.: В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк, В.А. Швандар. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 581 с.
44. *Предприниматель Украины: эскиз к социальному портрету* / ред.: В.М. Ворона, Е.И. Суименко. К.: Ин-т социологии НАНУ, 2001. 352 с.
45. Про внесення змін до Закону України «Про тимчасові заходи на період проведення антитерористичної операції» щодо відновлення можливостей розвитку малого та середнього бізнесу з використанням позикового фінансування на території проведення антитерористичної операції: Закон України від 21 грудня 2017 р. № 2266-VIII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2266-19>.
46. Пугинский Б.И. *Коммерческое право и предпринимательство. Актуальные проблемы науки и практики коммерческого права: сборник научных статей* / под общ. ред. В.Ф. Попондопуло, О.Ю. Скворцова. М.: Волтерс Клувер, 2005. Вып. 5. С. 49–60.
47. Радаев В.В. *Экономическая социология*. М.: ГУ ВШЭ, 2005. 603 с.
48. Розенблатт С., Боннингтон Р., Нидлс Б. *Концепция бизнеса. Рыночная экономика*. М.: Соминтек, 1992. 685 с.
49. Саниахметова Н.О. *Підприємницьке право*. К.: А.С.К., 2005. 912 с.
50. *Толковый словарь по управлению* / под ред. В.В. Познякова. М.: Аланс, 1994. 252 с.
51. Форд Г. *Мое життя та робота* / пер. з англ. У. Джаман. К.: Наш Формат, 2015. 384 с.
52. Хайек Ф.А. *Экономическая теория 1920-х годов: взгляд из Вены. Судьбы либерализма в XX веке*. М.: ИРИСЭН, 2009. 337 с.
53. Хизрич Р., Питере М. *Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха. Выпуск I: предприниматель и предпринимательство*. М.: Прогресс, 1992. 160 с.
54. Shapiro A. *Entrepreneurship and Economic Development*. New York: Project ISEED, 1975. 22 p.
55. Шершеневич Г.С. *Учебник торгового права (по изданию 1914 г.)*. М.: СПАРК, 1994. 335 с.
56. Шумпетер Й.А. *Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия*. М.: Эксмо, 2007. 864 с.
57. Щербина В.С. *Господарське право*. К.: Юрінком Інтер, 2012. 600 с.

References:

1. Andreeva L.V. Pravovoe regulirovanie torgovoy deyatel'nosti v Rossii (teoriya i praktika). M.: Prospekt, 2013. 350 s.
2. Belyih V.S. Pravovoe regulirovanie predprinimatelskoy deyatel'nosti v Rossii. M.: TK "Velbi", "Prospekt", 2005. 432 s.
3. Bobrov V.Ya. Osnovy rynkovoï ekonomiki. K.: Lybid, 1995. 320 s.
4. Busyigin A.V. Predprinimatel'stvo. M.: Delo, 2001. 640 s.
5. Varnalii Z.S. Male pidpriemnytstvo: osnovy teorii i praktyky. K.: Znannia, KOO, 2008. 302 s.
6. Hospodarske pravo / pod red. O. P. Podtserkovnoho. Kh.: Odissei, 2010. 640 s.
7. Dziubyk S.D., Ryvak O.S. Osnovy ekonomichnoi teorii. K.: Osnovy, 1994. 423 s.
8. Dobrova N.V., Osypova M.M. Osnovy biznesu. Odesa: Bondarenko M.O., 2018. 305 s.
9. Dollan E.Dzh., Lindsey D. Makroekonomika / per. s angl. V.V. Lukashevicha i dr.; pod obsch. red. B.S. Lisovika i dr. SPb., 1994. 405 s.
10. Druker P. Entsiklopediya menedzhmenta / per. s angl. O.L. Pelyavskogo. M.: Vilyams, 2004. 432 s.
11. Ekonomichna teoriia: politekonomiia / za red. V.D. Bazylevycha. K.: Znannia, 2008. 719 s.
12. Ermoshenko N.N., Borsuchenko E.I. Formy predprinimatel'stva za rubezhom. K.: UkrNIINTI, 1991. 80 s.
13. Zadyhaylo D. Problemy kodifikatsii predprinimatelskogo zakonodatel'stva. Predprinimatel'stvo, hozyaystvo i pravo. 1998. No 5. S. 6.
14. Ivanov Yu.B., Kravchenko Yu.I., Khomenko M.M. Vstup do biznesu. K.: Libra, 1995. 252 s.
15. Kalabukhova S.V. Vyznachennia sotsialno-ekonomichnoi sutnosti pidpriemnytskoi diial'nosti yak obiekta analitychnoho zabezpechennia. Ekonomichni nauky. Seriia "Oblik i finansy". 2011. Vyp. 8. Ch. 1. S. 210–226.
16. Kashanina T.V. Predprinimatel'stvo (pravovye osnovy). M.: Yurid. lit., 1994. 377 s.
17. Kiselov A.P. Osnovy biznesu. K.: Vyscha shkola, 1997. 191 s.
18. Cole A. Business Enterprize in its Social Setting. Harvard: Business & Economics, 1959. 286 s.
19. Kommerchesko-posrednicheskaya deyatel'nost na tovarnom rynke / pod red. A.V. Zyiryanova. Ekaterinburg, 1995. 416 s.
20. Konsidayn B. Bolshe, chem zhizn: Udivitel'naya biografiya doktora Armanda Hammera / pod red. M.H. Sturua. M.: Progress, 1981. 224 s.
21. Korohod I.V. Henezys i sutnisna kharakterystyka biznesu v konteksti ekonomichnykh uchen. Ekonomika i rehion. 2012. № 2. S. 57–62.
22. Kraeva N.M., Minaev V.N. Osobennosti razvitiya rossiyskogo predprinimatel'stva. Obschestvo i ekonomika. 1995. No 4. S. 76–78.
23. Krutik A.B., Pimenova A.L. Vvedenie v predprinimatel'stvo. SPb.: Politehnika, 1995. 583 s.
24. Kuratko F.D., Hodgets M.R. Entrepreneurship: A Contemporary Approach. Texas: The Dryden Press, 1995. 748 p.
25. Lahotiuk V.O., Bezrodna S.M. Pidpriemnytstvo i biznes-kultura. Chernivtsi: Rodovid, 2016. 158 s.
26. Lapshyn V.V. Biznes: sotsialno-ekonomichna sutnist i problema vyznachennia. Suchasna kartyna svitu: intehratsiia naukovoï ta pozanaukovoï znannia: zb. nauk. prats. Sumy: UABS NBU, 2004. Vyp. 3. S. 112–116.
27. Leontev A.N. Deyatel'nost. Soznanie. Lichnost. M.: Politizdat, 1977. 188 s.
28. Lukashevych M.P. Sotsiologiia rynku. K.: IPK DSZU, 2011. 231 s.
29. Lvov Yu.A. Osnovy ekonomiki i organizatsii biznesa. SPb.: Formika, 1992. 384 s.
30. Medyinskiy V.G., Sharshukova L.G. Innovatsionnoe predprinimatel'stvo. M.: Infra-M, 1997. 240 s.
31. Musiyaka V.L. Pravovye osnovy predprinimatelskoy deyatel'nosti. H.: Biznes-inform, 1995. 90 s.

32. Musaelyan I.E., Slavinskiy Yu.O. Psihologiya predprinimatelstva – novaya oblast otechestvennoy psihologicheskoy nauki. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14 “Psihologiya”. 1995. No 1. S. 21–24.
33. Nelha T.O. Ukrainske pidpriemnytstvo: istorychni peredumovy y sotsiokulturni determinanty. Filosofska i sotsiologichna dumka. 1994. № 7. S. 81–84.
34. Onischenko V.F., Melnichuk V.P. Organizatsiya i ekonomika chastnogo predpriyatiya. K.: Dilova Ukrayina, 1993. 93 s.
35. Osovska H.V., Osovskiy O.A. Osnovy menedzhmentu. K.: Kondor, 2008. 664 s.
36. Pylypenko V.E., Shevel I.P. Sotsiologhiia pidpriemnytstva. K.: Yevropa, 1997. 104 s.
37. Pachkovskiy Yu.F. Pidpriemnytstvo yak predmet sotsiopsikhologichnoho doslidzhennia (diialnisno-povedinkoviy aspekt): dys. ... dokt. sotsiol. nauk: 22.00.04; Lvivskiy nats. un-t im. Ivana Franka. Lviv, 2003. 427 s.
38. Pokrovskiy I.A. Osnovnyie problemy grazhdanskogo prava (1917 g.). M.: Statut. 2001. 354 s.
39. Pokropyvnyi S.F., Kolot V.M. Pidpriemnytstvo: stratehiia, orhanizatsiia, efektyvnist. K.: KNEU, 1998. 352 s.
40. Polozhennia pro Radu biznes-ombudsmena: skhvaleno postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 26.11.2014 r. № 691. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/691-2014-%D0%BF>.
41. Popondopulo V.F. Pravovoy rezhim predprinimatelstva. SPb.: Izd-vo S.-Peterb. un-ta, 1994. 208 s.
42. Predprinimatelskoe (hozyaystvennoe) pravo / red.: V.V. Laptev, S.S. Zankovskiy. M.: Volters Kluver, 2006. 560 s.
43. Predprinimatelstvo / red.: V.Ya. Gorfinkel, G.B. Polyak, V.A. Shvandar. M.: YuNITI-DANA, 2001. 581 s.
44. Predprinimatel Ukrainyi: eskiz k sotsialnomu portretu / red.: V.M. Vorona, E.I. Suimenko. K.: In-t sotsiologii NANU, 2001. 352 s.
45. Pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy “Pro tymchasovi zakhody na period provedennia antyterorystychnoi operatsii” shchodo vidnovlennia mozhlyvostei rozvytku maloho ta serednoho biznesu z vykorystanniam pozykovoho finansuvannia na terytorii provedennia antyterorystychnoi operatsii: Zakon Ukrainy vid 21.12.2017 r. № 2266-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2266-19>.
46. Puginskiy B.I. Kommercheskoe pravo i predprinimatelstvo. Aktualnyie problemy nauki i praktiki kommercheskogo prava: sb. nauchn. st. / pod obsch. red. V.F. Popondopulo, O.Yu. Skvortsov. M.: Volters Kluver, 2005. Vyip. 5. S. 49–60.
47. Radaev V.V. Ekonomicheskaya sotsiologiya. M.: ID GU VShE, 2005. 603 s.
48. Rozenblatt S., Bonnington R., Nidls B. Kontseptsiya biznesa. Ryinochnaya ekonomika. M.: Somintek, 1992. 685 s.
49. Saniakhmetova N.O. Pidpriemnytske pravo. K.: A.S.K., 2005. 912 s.
50. Tolkovyy slovar po upravleniyu / pod. red. V.V. Poznyakova. M.: Alans, 1994. 252 s.
51. Ford H. Moie zhyttia ta robota / per. z anhl. U. Dzhaman. K.: Nash Format, 2015. 384 s.
52. Hayek F.A. Ekonomicheskaya teoriya 1920-h godov: vzglyad iz Venyi. Sudbyi liberalizma v XX veke. M.: IRISEN, 2009. 337 s.
53. Hizrich R., Pitere M. Predprinimatelstvo, ili kak zavesti sobstvennoe delo i dobitsya uspeha. Vyip. I: predprinimatel i predprinimatelstvo. M.: Progress, 1992. 160 s.
54. Shapero A. Entrepreneurship and Economic Development. New York: Project ISEED, 1975. 22 p.
55. Shershenevich G.S. Uchebnik torgovogo prava (po izdaniyu 1914 g.). M.: SPARK, 1994. 335 s.
56. Shumpeter Y.A. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya. M.: Eksmo, 2007. 864 s.
57. Shcherbyna V.S. Hospodarske pravo. K.: Yurinkom Inter, 2012. 600 s.

**CONCEPT OF BUSINESS, ITS ECONOMIC AND LEGAL NATURE
AND CORRELATION WITH RELATED CATEGORIES**

Victoria Reznikova,

*Professor of the Department
of Economic Law of the Faculty of Law
of Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Doctor of Law, Professor
reznikova.vv78@gmail.com
orcid.org/0000-0003-0149-0710
Researcher ID O-4799-2018*

Iryna Kravets,

*Associate Professor of the Department
of Economic Law of the Faculty of Law
of Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Candidate of Law, Associate Professor
ikravets104@gmail.com
orcid.org/0000-0002-7523-5045
Researcher ID O-O-3908-2018*

The concept of business is not legally defined, but it has become widespread in the economy, law and in the entrepreneurship practice. It applies in parallel with concepts of entrepreneurship, business and trade. Therefore, it is necessary to determine interrelation between these concepts.

Determination of the main aspects of the state's economic policy and choosing of specific economy or business activity state regulation legal forms, etc., are impossible without understanding of business concept essence.

The article is devoted to researching of the business concept, its economic and legal nature and interrelations with neighbor legal categories. It defines the concept of business according international economic and legal sources. The strategy and the tactics of business also were outlined in this article and as a conclusion was assumed that they are interdependent. Strategy determines the success (profitability) or failure (loss making), as well as the whole activity or separate operation. At the same time, the strategy can't exist and be realize without concrete actions (tactics).

According to the research results, was established that the concept of business is complex and multi-valued with not fully explored, economic and legal nature. It should not be regarded as only economic, social or legal phenomenon. In international economic and legal sources business (entrepreneurship) is often defined not only as economic activity, but as a type of economic behavior based on searching for new more effective means of using resources, organizational and economic innovations needs of society as a whole and individual consumers. In general, business refers to a useful economic (economic) activity with main purpose of making profit. Mainly, this is a form of economic activity aimed at maximizing profits.

There are three main approaches to interrelations between the volume and concept of the business and entrepreneurship: 1) the concept of business is broader than the concept of entrepreneurship; 2) the concept of entrepreneurship is broader than the concept of business; 3) the concepts of business and entrepreneurship are synonymous. The most reasona-

ble, including from current economic legislation requirements point of view, is recognition that entrepreneurship and business are synonymous concepts.

After analyzing economic and legal sources, all approaches diversity to the economic and legal essence of business (entrepreneurship), its theoretical basis, was systematized and reduced to such basic approaches: attributive, procedural, activity, institutional and functional. An analysis of each approach has shown that the in basis for the legal definition of entrepreneurship, as well as in its legal support were put attributive and activity approaches. The doctrinal approaches to the interrelation of concepts “entrepreneurship activity (entrepreneurship)”, “commercial activity” and “trading activity (trade)” are analyzed in the article. Doctrinal approaches to this question differ radically. Was substantiated that the interrelation between them should be constructed in the following logical sequence: economic activity – business (commercial) activity – trade activity.

Key words: business, business concept, economic and legal nature of business, basic approaches to the economic and legal essence of business, entrepreneurship, strategy and tactics of business.