

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПИТАННЯ ТОВАРОЗНАВЧОЇ НАУКИ

УДК 620.2:001.4

Пугачевський Г.Ф., д-р техн. наук, проф. (КНТЕУ, Київ)

КАТЕГОРІЇ «ТОРГІВЛЯ», «КОМЕРЦІЯ», «БІЗНЕС»: СУТНІСТЬ І ВІДНОШЕННЯ ДО ТОВАРОЗНАВСТВА

У статті розглянуто поняття «торгівля», «комерція», «бізнес», їх відношення до товарознавства, визначено спільне та відмінне в їх розумінні на побутовому рівні. Рекомендовано фахівцям в галузі товарознавства і сфери обігу тісніше співпрацювати над створенням національної науково-технічної термінології, зокрема дефініцій – стислих логічних визначень, які містять найістотніші ознаки визначуваного поняття.

Ключові слова: *торгівля, комерція, бізнес.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Відомий французький філософ, математик, фізик і фізіолог Рене Декарт (1596-1650) писав: «Визначте значення слів – і ви позбавите людство від половини його помилок». Ці слова прийшли нам на згадку в дні роботи XVII Міжнародного симпозіуму товарознавців і технологів (IGWT), який відбувся в Римі (Італія) 24-28 вересня 2012 року. Форум було присвячено актуальним проблемам з теми «Технології та інновації для сталого майбутнього: перспективи товарознавства».

Тема симпозіуму та численні доповіді його учасників свідчили, що кафедри і факультети багатьох європейських торговельних і економічних вищих навчальних закладів останніми роками віддають переваги терміну «бізнес», замінюючи ним назви факультетів і кафедр – торгівлі, комерції, товарознавства, торговельного підприємництва тощо.

Однак, як свідчить багаторічна практика, дань моді не завжди виправдувала себе. Більше того, зміна назв відбувається без істотних змін сутності та предмета діяльності кафедр товарознавства, торгівлі та комерції.

Метою статті є з'ясування суті понять «торгівля», «комерція», «бізнес», їх відношення до товарознавства, визначення спільного та відмінного в їх розумінні на побутовому рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Можна навести непоодинокі приклади заміни національних термінів іншомовними словами або словосполученнями. Зміни у назвах кафедр вищих навчальних закладів (ВНЗ) відбуваються на основі конвенційності.

Запроваджуючи в українську мову терміни і поняття іншомовного походження, такі, наприклад, як «маркетинг», «менеджмент», «консалтинг», «аудит»

та ін., вчені чи фахівці певної галузі домовляються, щоб розуміти, яке поняття визначає той чи інший термін.

Конкретний зміст запровадженого терміна буде при цьому зрозумілим лише завдяки його дефініції – визначенню, яке зазначає його зміст і межі. Принципи конвенційності (домовленості) не є науковим підходом до формування термінів і визначень наукової мови, а скоріше задовольняють ті чи інші практичні потреби (наприклад, за умови укладання комерційних угод, установлення правил тощо).

Рекламні засоби пропагують товари, послуги, форми відпочинку і т. ін., які залишаються невідомими для простих громадян, оскільки їх зміст іншомовним.

Застосування кальок з іншомовних термінів є суттєвим недоліком термінотворення в плані становлення національної науково-технічної термінології.

Відомо, що основною вимогою до терміна є його однозначність. Вживання декількох понять, близьких за своїм змістом, можливе лише за наявності відповідних дефініцій – лаконічних логічних визначень, які розкривають зміст цього поняття та межі його застосування.

Терміни «торгівля» і «комерція» мають певне відношення до товарознавства, оскільки об'єктом дослідної діяльності цих галузей є товари. Щоб довести це, ми зробили семантичний порівняльний аналіз понять з метою визначення спільного та відмінного у їх розумінні на побутовому рівні та сформувавши відповідні дефініції.

«Бізнес» – термін полісемічний, тобто багатозначний. Об'єктами бізнесу можуть бути практично не обмежені переліки продуктів і речей – матеріальних і нематеріальних, діяльність з якими дає прибуток. Ці об'єкти можуть мати і товарну форму, що з точки зору наукового термінотворення є порушенням принципу моносемічності (однозначності) термінів.

Наведене положення не враховують деякі автори словників і довідників, надають поняттям бізнесу побутового трактування, які далекі від наукової термінології. Термін «бізнес» в українській мові є калькою і суржиком, які засмічують українську наукову лексику.

Для спрощення аналізу ми скористалися текстами деяких сучасних словників:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови [1]:

а) «торгівля – купівля й продаж товарів» (с. 1257);

б) «комерція – торгівля й пов'язані з нею справи» (с. 444);

в) «бізнес – економічна, комерційна, біржова або підприємницька діяльність, спрямована на отримання прибутку» (с. 51).

2. «Тлумачний словник. Сучасні товарознавчі терміни» [2]:

а) «торгівля – вид економічної діяльності у сфері товарообміну і просування товарів від виробника до споживача у формі купівлі-продажу та надання пов'язаних з цим послуг» (с. 141);

б) «бізнес – економічна діяльність, що спрямована на задоволення потреб суспільства в товарах, послугах, окремих роботах з метою отримання прибутку» (с. 20).

3. Економічна енциклопедія. У трьох томах [3]:

а) «торгівля – форма обміну продуктами праці й послугами, історично зумовлена виникненням і розвитком товарного виробництва» т. 3, с. 659);

б) «комерція (лат. commercium – торгівля) – суспільно необхідна діяльність на ринку товарів і послуг, завдяки якій досягаються ринкові взаємоузгодження і реалізація економічних інтересів усіх учасників суспільного відтворення» (т.1, с. 79);

в) «бізнес (англ. business – справа, діло) – підприємницька, комерційна діяльність чи будь-яка інша діяльність, що не суперечить закону і спрямована на отримання прибутку» (т. 1, с. 102-103).

У підсумку ми одержали визначення трьох термінів – «торгівля», «комерція», «бізнес» у восьми варіантах. Нам належить з'ясувати їх відношення до товарознавства, спільне і відмінне у їх розумінні та зробити перший крок до формування з наявних визначень відповідних дефініцій.

Термін «торгівля», його зміст запозичений з трьох джерел, має пряме відношення до товарознавства, оскільки тут корінним словом є «товар» – базова категорія товарознавства. Визначення процедурних понять, які мають відношення до товару (купівля, продаж, товарообмін, просування товарів, обмін продуктами), мають процесний характер і становлять предмет суміжних до товарознавства наук – маркетингу, логістики, організації торгівлі тощо.

Термін «комерція» визначено двома поняттями, запозиченими з двох джерел. При цьому укладачі «Великого тлумачного словника сучасної української мови» [1] це визначення трактують як торгівлю й пов'язані з нею справи, тобто не наводять ознак відмінності, а вважають торгівлю й комерцію ідентичними поняттями. Немає також відмінних ознак відмінності у термінах «торгівля» і «комерція», наведених в «Економічній енциклопедії» [3].

Варто зауважити, що у друкованих визначеннях терміна «комерція» видань XVIII-XIX століть зустрічаються й такі ознаки, як торг, купецькі промисли і купецькі чини (наприклад, комерційний радник 7 класу) [4].

Це свідчить, що наші пращури вживали термін «комерція» як корінне слово і від нього формували такі поняття, як «комерсант», «купець» тощо. Об'єктами діяльності комерсантів і купців були товари, тобто комерція, як і торгівля має відношення до товарознавства.

Термін «бізнес» – слово англійського походження. Суттєвою ознакою цього терміна є діяльність, спрямована на отримання прибутку. До товарознавства цей термін прямого відношення не має, оскільки не відповідає за своїм змістом науковим основам термінотворення у сфері товарного виробництва. Іншомовне слово наповнене довільним і безмежно широким українським змістом – різноманітними видами діяльності, які дають прибуток. Це призвело до порушення принципу моносемічності (однозначності) терміна «бізнес» у межах сфери обігу – предметної галузі, що має побічне відношення до торгівлі і комерції.

Відповідником англійського слова «бізнес» українською мовою є визначення «підприємницька діяльність з метою отримання прибутку».

Отже, термін «бізнес» в українській мові є суржиком щодо категорій «торгівля» і «комерція». Термін «бізнес» і тим більше – «малий», «середній», «великий» засмічують українську мову через відомий вірус конвергенції.

На підставі викладеного пропонуємо такі авторські дефініції трьох досліджених категорій: «торгівля», «комерція», «підприємницька діяльність» і короткі пояснення до них.

«Торгівля» – термін, що сформувався в умовах товарного виробництва як форма обміну товару на гроші між продавцем і покупцем за ціною домовленості або вартістю, встановленою за згодою сторін.

«Комерція» – форма обміну товару на гроші або інший еквівалент, обумовлений покупцем з урахуванням комерційної вигоди.

«Підприємницька діяльність» – обмінна, виробнича та інша дозволена законодавством діяльність, у тому числі матеріальні і нематеріальні послуги, що спрямовані на отримання прибутку.

Торгівля – давній вид суспільної практики [5], який пов'язаний з обміном предметів і речей на інші речі, а пізніше, з появою товарного виробництва, обміном товарів на гроші через процедуру купівлі-продажу. Універсальним критерієм оцінювання кількості товарів є їх вартість. Торгівля – добровільний, бажаний і вкрай необхідний обмін товарів на гроші. Він (обмін) забезпечує зв'язок сфери виробництва зі сферою споживання і тим самим сприяє відтворенню предметів споживання (вжитку) та функціонування сфери виробництва.

Об'єктом торгівлі є товар. Як відомо, є декілька визначень цього поняття. Так, ДСТУ 3993-2000 «Товарознавство. Терміни та визначення» [6] містить таке визначення цього поняття: «Товар – будь-яка річ, що на момент надходження в обіг, повинна бути виокремлена з-поміж інших за визначальними ознаками для конкретного договору купівлі-продажу». ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения»: Товар [7] – это любая вещь, не ограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от одного лица к другому по договору купли-продажи». Таких визначень (дефініцій) поняття товару в офіційних і неофіційних документах є безліч. На жаль, жодна з відомих дефініцій, крім [2], не характеризує товар як базову категорію торгівлі і комерції, через що поняття «бізнес» помилково поширюють на торговельну і комерційну сфери господарювання.

Комерція – форма обміну товару на гроші або інший еквівалент, обумовлений покупцем з урахуванням комерційної вигоди або баришу для продавця. Звідси походять слова «баришник», «баришувати», «баришництво». Близьким за змістом є слово «спекулювати» – займатися діяльністю з обміну товарів для власної наживи. Звідси «спекулянт», «спекуляція» та інші поняття є небажаними для суспільства як явища негативні.

Ураховуючи це, у друкованих текстах та усному мовленні перевагу бажано віддавати поняттям «торгівля» та похідним від нього термінам – «торгувати», «торговий», «торговець», «торговельний», «торговище» тощо.

Об'єктом комерції є товар – носій прибутку або баришу. Його відмінність від товару, що надходить у сферу торгівлі, полягає у кінцевій меті – збути покупцеві та забезпечити продавцеві прибуток у формі баришу – користі, вигоди, наживи тощо.

Інтенціональне визначення поняття «комерція» ґрунтується на розкритті його змісту та кінцевій меті.

Термін «комерція», як і «торгівля», сформувався в умовах товарного виробництва.

Базовою категорією комерції є товар як атрибут предметів і речей та об'єкт пізнання товарознавчої науки.

«Бізнес» – поняття, яке запозичене з англійської внаслідок мовної конвергенції та бажання певних соціальних прошарків виокремити себе з загалу працюючих. В Україні цей термін набув практичного застосування в останній чверті ХХ століття. Цікава не тільки поява терміна «бізнес» в усному мовленні та письмі, але і в стилі верхнього одягу прибічників бізнесової сфери – пальто демі вишневого кольору, розширене у плечах, максимального зросту.

Незручність у використанні такого одягу призвела до його поступового зникнення та появи особливих категорій бізнесу, які дістали назву «малий», «середній» і «великий» бізнес. Залишилися нез'ясованими кількісні показники цих категорій. Не наголошує на цьому й офіційна статистика.

Проте сутність бізнесу як особливого виду підприємницької діяльності (термін україномовний) досі чітко не окреслено. Зокрема, не з'ясовано, що є об'єктом, предметом і методом цієї діяльності.

У першому наближенні об'єктом підприємницької діяльності можна назвати дозволений законом економічний вид трудової зайнятості членів суспільства з метою отримання прибутку. Предметом підприємницької діяльності є операції та функції, що характеризують відповідні види діяльності, а методи – це засоби, що сприяють досягненню кінцевої мети зайнятості.

Висновки

Товари як об'єкти торговельної і комерційної діяльності не мають відношення до бізнесу, оскільки вони становлять базову категорію торгівлі і комерції. Бізнес – це підприємницька зайнятість з різноманітними видами економічної діяльності, окрім операцій і процедур з обміну товарами.

Провідними об'єктами бізнесу можна вважати різноманітні послуги, а саму діяльність слід називати україномовним терміном «підприємницька».

Важливим практичним кроком у цьому плані є відкриття у Київському національному торговельно-економічному університеті кафедри торговельного підприємництва.

Список літератури

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.: Ірпінь: Перун, 2004. – 1440 с.
2. Пугачевський Г.Ф. Сучасні товарознавчі терміни: тлумач. слов. / Г.Ф. Пугачевський [та ін.]. – К.: Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2008. – 160 с.
3. Економічна енциклопедія. У 3 т. / За ред. С.В. Мочерного [та ін.]. – К.: Академія, 2000. – 952 с.
4. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. Т. 2 / В.И. Даль. – М.: Русский язык, 1981. – С. 147.
5. Мазараки А.А. Торговля: история, цивилизация, мораль / А.А. Мазараки. – К.: Книга, 2010. – 624 с.
6. Товарознавство. Терміни та визначення: ДСТУ 3993-2000. – К.: Держстандарт України, 2000. – С. 2.
7. Чупилин А. О товаре / А. Чупилин, Ф. Петрище // Стандарты и качество. – 2003. – № 3. – С. 53.