

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Сумський державний університет

**Економічні проблеми сталого розвитку**

**Экономические проблемы устойчивого развития**

**Economical Problems of Sustainable Development**



**Матеріали**

Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів,  
аспірантів і молодих учених, присвяченої 80-річчю  
від дня народження професора Олега Балацького  
(Україна, Суми, 21 – 25 квітня 2017р.)

Суми  
Сумський державний університет  
2017

3. Самая большая приливная электростанция в Северной Америке запущена в работу. – Режим доступа : <https://ecotechnica.com.ua/energy/voda/1733-samaya-bolshaya-prilivnaya-elektrostantsiya-v-severnoj-amerike-zapushchena-v-rabotu.html>

4. Bartlett, David. Global trends in renewable energy/ – Режим доступа : <https://www.rsm.global/insights/economic-insights/global-trends-renewable-energy>.

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ВИВЧЕННІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

доц. Дерев'янюк Ю. М., доц. Лукаш О. А.  
Сумський державний університет

На відміну від підходів, що були розповсюджені протягом ХХ ст., існують сучасні економічні підходи, що мають характерні відмінності при аналізі ролі та функцій підприємництва у сучасній економічній науці.

Підприємця як суб'єкта економічної діяльності можна розглядати з трьох точок зору:

- 1) економічної (виконує економічні функції);
- 2) управлінської (реалізовує певні завдання);
- 3) психологічної (є особистістю).

Отже, в аспекті підприємець – це фізична особа, яка виконує особливу економічну функцію шляхом реалізації певних завдань

Підприємець як *економічний агент* створює економічні ефекти, зміст яких полягає у: поєднанні економічних факторів, забезпеченні ефективності ринкових відносин, сприйнятті ризику, максимізації інвестиційного доходу, обробці ринкової інформації: відстеження інформації, що не використовується іншими.

Підприємець, як *менеджер* бере на себе виконання певних завдань, а саме: управління та володіння організацією, заснування нової організації, залучення інновацій на ринок, пошук ринкових можливостей, застосування експертизи, забезпечення лідерства та виконання функцій менеджера.

Підприємець як *особистість* (психологічна концепція) володіє такими рисами: видатні здібності, низька соціальна пристосованість, особистісні унікальні характеристики, здатність до соціально прогресивного розвитку, когнітивні можливості.

Тож, підприємець – це людина, яка об'єднує фактори виробництва в інноваційний спосіб (як правило, у вигляді нового бізнесу) для створення економічної вартості (Wickham, 2006).

Фундаментальною основою для існування підприємництва є наявність фактору невизначеності, адже, якщо все відомо, необхідність у підприємцях відсутня. Кожна людина на певному етапі життя постає перед вибором – стати підприємцем або звичайним працівником, і цей вибір може змінюватися з часом, оскільки залежить від корисності кожного варіанту. Існує загальне правило: підприємницька діяльність може принести більший прибуток, однак він є більш ризикованим, на відміну від прибутку, отриманого звичайним працівником у компанії. Вибір також залежить від відмінностей між людьми з точки зору їх підприємницького таланту і ставлення до ризику (Storey та ін., 2010).

Найбільш поширеними сучасними організаційними типами підприємництва сьогодні є (Westhead et al., 2011):

- стартап (start-up) – тимчасова організація, створена для пошуку повторюваної, масштабованої і стійкої бізнес-моделі;
- корпоративний венчурінг (corporate venturing) – діяльність великої компанії із вкладення коштів у невеликі компанії в обмін на частку їх прибутку;
- викуп частки компанії власним менеджментом (МВО) розшифрувати або ззовні (МВІ) розшифрувати;
- франчайзинг (franchising) – різновид бізнесу, за яким одна сторона (франчайзер) надає іншій стороні (франчайзі) за винагороду на певний строк або без визначення строку право використання у підприємницькій діяльності з продажу власних чи вироблених франчайзером товарів або послуг, свого ноу-хау, організації роботи, технології, найменування, товарної марки тощо;
- спадщина (inheritance) – вся або частина нерухомості/активів особи, які надаються спадкоємцю після того, як людина померла.

Доцільно, виокремити чотири основні компоненти процесу створення нової підприємницької структури: характеристику особистості, що започатковує нове підприємство; створювану організацію; середовище навколо нової організації; безпосередньо сам процес створення нової організації. Деталізовано такий процес можна розглядати за окремими напрямками (Westhead et al., 2011): теорія (вивчення аспектів, пов'язаних з економічною, психологічною, когнітивною та соціальною теоріями); типи підприємств (з точки зору академічного, початкового, серійного, портфельного і соціального підприємництва); підприємницький процес (розглядається з точки зору створення можливостей або/та їх розпізнавання, пошуку та вивчення інформації, придбання ресурсів і позикових коштів, а також застосування конкурентних стратегій, обраних підприємцем); зовнішнє середовище підприємництва (політика подолання поведінкових, ресурсних, операційних та стратегічних бар'єрів); підсумки підприємницької

діяльності (безпосередньо сам підприємець, організаційний досвід, зростання, вихід венчурного капіталу).

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Storey, D. J. and Greene, F. J. (2010). Small business and entrepreneurship. Harlow: Pearson Education.
2. Westhead, P., Wright, M. and McElwee, G. (2011). Entrepreneurship: contemporary perspectives and cases. Harlow: Pearson Education.
3. Wickham, P. (2006). Strategic Entrepreneurship (4th ed.). Harlow: Pearson Education.

### **ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

*Студентка гр. ЖТ – 32 Дороватовська М. А.,  
Сумський державний університет*

Актуальність визначення ролі засобів масової інформації (ЗМІ) полягає в тому, що це питання не є достатньо дослідженим, адже більшість науковців звертають мало уваги на засоби масової інформації, як частину ринкової економіки. Метою нашого завдання є дослідження структури ринку і ЗМІ, їх взаємовплив. Одним з найважливіших факторів у медіаекономіці є попит. Попит виражає потребу суспільства у різноманітних інформаційних, розважальних медіапродуктах.

Для того, щоб розпочати своє дослідження, спочатку ми маємо надати дефініції основним поняттям, які будуть використані у нашій роботі. Глумачний словник подає поняття “економіка” в декількох варіантах, тож спробую поєднати та надати спільне визначення. Економіка - сукупність суспільно-виробничих відносин, структура і фінансово-матеріальний стан якоїсь галузі господарської діяльності. Розібравшись з поняттям “економіка” перейдемо до “ринку”. Ринок - сфера товарного обміну; пропозиція і платоспроможний попит на товари послуги в масштабах від окремого міста по світового. Простіше кажучи, це місце зустрічі покупця і продавця або ж платформа для купів-продажу.

Структура економіки є доволі різноплановим поняття, яке потрібно розглядати з різних сторін. Її можна розглядати також різнопланово, зокрема, як сукупність галузей з виробництва товарів і послуг з притаманними їм зв'язками. Більш широко структуру ринкової економіки можна подати як категорію, що об'єднує не лише пропорції виробництва, але і різноманітні форми організації та управління. Перейдемо до поняття ЗМІ, яке також є