

THE INFLUENCE OF THE MAIN FEATURES OF ENTREPRENEURSHIP ON ITS FUTURE DEVELOPMENT

Considering the economic nature of entrepreneurship, it should be noted that its external manifestations (initiative, risk, combinations of factors of production and innovation) reflect only the various functional aspects of entrepreneurship, and therefore can be considered only as its features.

The initiative is an essential characteristic of entrepreneurship. It has an economic nature and is associated with the presence of market uncertainty and economic freedom. Therefore, it is reasonable to classify the initiatives of the entrepreneur's desire to implement the features of obtaining the benefits provided by market exchange. Since the exchange is carried out on the basis of the mutual benefit of the exchange participants, it is advisable to attribute the entrepreneurial initiative to the benefit by meeting social needs. Thus, the content of entrepreneurship is not the redistribution of existing benefits, but the creation of additional for exchange purposes.

Another sign of entrepreneurship is a commercial risk, which is associated with the dynamics of market instability and uncertainty (conditions, prices, supply) and arises as a reaction to the initiative of other entrepreneurs. But, on the other hand, entrepreneurship is associated with the satisfaction of needs, so the motive of the entrepreneur is the income that can be obtained as a result of market exchange for identified needs and is the result of rational use of resources in the process of turnover. [1]

It should also be noted that innovation as a structural element always exists in entrepreneurship because the activity in conditions of instability and uncertainty requires from the entrepreneur constant ingenuity and creativity. However, it is worth noting that from an economic point of view, innovation is not a discovery or invention, but proceeds from the practical implementation of the idea, that is the commercialization of new technical, technological, organizational and other achievements. Based on this approach, the role of entrepreneurship should not be limited to innovations, as proposed by J. Schumpeter, because it must include the spread of innovation. In this case, the inventor becomes an innovator only when he can realize himself as an entrepreneur, by carrying out activities to improve business results. From this point of view, the best way to overcome market uncertainty is to change the market situation in a favourable direction, which is possible only through innovation. In addition, the creation of sustainable market advantages is also possible only on the basis of innovation, so the competition is the main reason that forces entrepreneurs to innovate. Thus, innovation is one of the hallmarks of entrepreneurship, which provides effective interaction with the external environment. It is not intuition and the ability to predict the market reaction, but the purposeful activity of the entrepreneur to change market conditions is the main factor of

entrepreneurship. Based on this, the economic meaning of the innovative function of entrepreneurship is to expand market needs [2]

References

1. Mokryak V., Mokryak E. Multiplicity and contradiction of business orientations: the history of the issue and modern realities // Economy of Ukraine. – 2009. – №11. - P. 15–25.
2. Tolmacheva R.P. Economic History: The Genesis of a Market Economy: A Textbook. - M.: Dashkov and Co. °, 2009. -- 604 p.

УДК 65.01

РОСОЛА У.В.
Мукачівський державний університет

АЛГОРИТМ ЗАПОЧАТКУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

З точки зору багатьох починаючих підприємців, інтернет-торгівля - це лише переваги. Індустрія, що розвивається, забезпечує привабливий заробіток та незалежність від штатної зайнятості, а запуск електронного магазину не представляється складним.

Електронна комерція – комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стіль-никового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм).

Характерними рисами електронної комерції в порівнянні з традиційною є [4]:

1) збільшення конкурентоспроможності фірми за рахунок зростання витрат на організацію бізнесу, на рекламу та просування товару (послуги), на обслуговування покупців, на підтримку комунікацій, зменшення витрат часу на взаємодію з споживачами та діловими партнерами, розширення до і після продажної підтримки;

2) розширення та глобалізація ринків: для Internet не існує географічних кордонів, часових обмежень, вихідних, вартість та швидкість доступу до інформації не залежить від відстані до її джерела (за винятком транспортних витрат з доставки придбаного товару). У зв'язку з цим малі та середні підприємства можуть успішно конкурувати на глобальному ринку, а користувачі мають можливість одержувати максимально широкий доступ до товарів і послуг; 3) персоналізація взаємодії: за допомогою інформаційних мереж фірми можуть отримувати розгорнуту інформацію від кожного клієнта та автоматично надавати товари та послуги за масовими ринковими цінами;

4) зміни в інфраструктурі за рахунок зменшення частки або повного виключення матеріальної інфраструктури (будівлі, споруди), скорочення кількості персоналу та посередників;

5) створення нових продуктів і послуг, наприклад, служби електронної доставки і підтримки, надання довідкових послуг, послуг з встановлення контактів між замовниками та постачальниками і т.п.

Але насправді галузь набагато ширша і включає, серед іншого, інтернет-пункти обміну валют, електронний банкінг, онлайн-букмекери, електронні



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>