УДК 657.1:665

Г.М. Спащенко, асп. *(ХТЕІ КНТЕУ, Харків)*

НАУКОВИЙ ПІДХІД ДО ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «РИНОК ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРЮВАННЯ»

Розглянуто підходи різних авторів до тлумачення поняття «ринок як суб'єкт господарювання», виявлено суттєві розбіжності в тлумаченні, виділено сутнісні характеристики сучасних ринків та запропоновано авторське визначення. Проаналізовано авторські підходи до класифікації ринків та запропоновано узагальнену класифікацію.

Рассмотрены подходы разных авторов к толкованию понятия «рынок как субъект хозяйствования», выявлены существенные различия в толковании, выделены сущностные характеристики современных рынков и предложено авторское определение. Проанализированы авторские подходы к классификации рынков и предложена обобщенная классификация.

The approaches of the different authors to the interpretation of the concept of «market as an economic entity» were considered, considerable differences in interpretation were revealed, the essential characteristics of modern markets were marked out and the author's definition was suggested. Author's the approaches to the classification of markets were analyzed and generalized classification was suggested.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Серед різноманіття форм організації торгівлі ринки як суб'єкти господарювання є найпершою та найдавнішою формою, яка дотепер не втратила актуальності. Статистика свідчить, що з набуттям Україною незалежності їх кількість суттєво збільшилась і продовжувала зростати до 2003 року, потім була відносно стабільною до 2008 року, від якого почала потроху скорочуватись. Але сучасне зменшення кількості ринків не спричиняє зникнення цієї форми організації торгівлі через поступове їх укрупнення та перетворення на сучасні торговельно-сервісні комплекси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами розвитку та функціонування торговельних підприємств займаються багато українських (В.В. Апопій, О.М. Азарян, І.О. Бланк, Л.І. Донець, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі тощо), російських (Д.Е. Давидянц, Л.П Дашков, Б.В. Гриньов, В.С. Марцин, В.К. Памбухчиянц тощо) та зарубіжних (К.Р. Макконел, С.Л. Брю, А. Маршалл, Б. Берман, Д. Еванс тощо) вчених, але при цьому далеко не всі з них виділяють ринки як самостійні суб'єкти господарювання та форми здійснення торгівлі та досліджують проблематику їх функціонування. Проблемам

функціонування ринків науковці приділяють незначну увагу, тому в цій галузі лишається багато невирішених питань. З огляду на зазначене вище об'єктом цього дослідження є науковий підхід до визначення ринків як суб'єктів господарювання, а також виділення основних класифікаційних ознак ринків як суб'єктів господарювання.

Мета та завдання статті. Метою статті є уточнення та виділення сутнісних характеристик ринку як суб'єкта господарювання, завданням є аналіз існуючих підходів до ринку як явища, а також виділення основних класифікаційних ознак ринків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Історично, спочатку ринок розглядався як «базар», місце роздрібної торгівлі та ринкова площа – таке тлумачення ринку з'явилось в давні часи, через виникнення товарного обміну (а потім і торгівлі) як суспільної необхідності. Таке визначення поняття збереглось і до наших днів, як і явище ринку як суб'єкта господарювання.

Надалі, з розвитком суспільного поділу праці, товарного виробництва та виникненням сфери обігу, виникає визначення ринку як форми товарного та товарно-грошового обміну (обігу). Наприклад, «ринок як інститут чи механізм, що зводить разом покупців (пред'явників попиту) та продавців (тих, хто забезпечує пропозицію) окремих товарів, послуг чи ресурсів» [7].

Отже, всі підходи визначення до поняття «ринок» можна поділити на дві групи:

- «широкий підхід», що передбачає визначення ринку як форми організації та функціонування економіки країни, тобто має макроекономічне значення;
- «вузький підхід», що передбачає визначення ринку як форми господарської діяльності, тобто як форми підприємства, повертаючись до найпершого історичного визначення ринку як місця для торгівлі; отже, ринок у цьому випадку має мікроекономічне значення.

Таким чином, усю сукупність авторів, які вивчають ринок як економічну категорію, можна умовно поділити на дві принципові групи: – тих, хто визначають ринок як систему економічних відносин між товаровиробниками та споживачами, та тих, хто визначають ринок як окремий суб'єкт господарювання в системі надання торговельних послуг. Об'єктом подальшого дослідження є «вузький підхід», тобто тлумачення саме в мікроекономічному значенні.

Розглянемо позиції різних авторів щодо ринків узагалі та їх функціонування зокрема.

Найбільш відомим українським ученим, який досліджує торговельну проблематику взагалі та діяльність ринків зокрема, є В.В. Апопій. Він визначає ринок як підприємство торгівлі, яке виконує функції надання послуг із забезпечення умов для купівлі-продажу

продовольчих та непродовольчих товарів за вільними цінами, в іншій праці він характеризує підприємство ринку як специфічне торговельно-сервісне підприємство інфраструктури споживчого ринку, що спеціалізується на створенні та наданні послуг для ведення ринкового торгу [8]. Дехто з українських учених (Л.І. Донець, О.М. Азарян) формулюють визначення ринку на основі законодавчого тлумачення.

Аналогічної думки щодо визначення ринків дотримуються російські вчені Л.П. Дашков та В.К. Памбухчиянц: в одній праці вони не виділяють ринки як суб'єкти господарювання та форми організації торгівлі ні в оптовій, ні в роздрібній торгівлі [9], але в іншій стверджують, що як оптові підприємства регіонального рівня виступають організатори оптового товарообігу – товарні біржі, оптові ярмарки та оптові продовольчі ринки. Вони є важливим елементом оптової інфраструктури, і їх основним завданням є створення умов для організації оптової торгівлі, але вони не є суб'єктами оптової торговельної діяльності [9]. У третьому джерелі стверджується, що оптовий ринок як форма організації торгівлі існує, і науковець визначає його як самостійні господарюючі структури, що здійснюють операції з купівлі-продажу оптових партій товарів у певному місці та за встановленими правилами. Але при цьому ринок не виділяється як форма організації роздрібної торгівлі [5].

Абсолютно ідентично визначає торговельні підприємства Р.І. Бунєєва, не виділяючи ринки ні як форми організації торгівлі, ні як самостійні об'єкти господарювання, хоча в таблиці «Торговельні структури Росії в 2003–2008 рр.» для характеристики організацій роздрібної торгівлі наведено показник «кількість речових, змішаних та продовольчих ринків», причому за даними цієї ж таблиці, кількість ринків у Росії протягом зазначених років зростає [2].

Кіслов Д.В. та Башилов Д.Є. також не виділяють ринки як самостійні господарюючі суб'єкти торговельної діяльності; певним натяком, що ця форма організації торгівлі все ж таки існує є те, що у визначенні товарної біржі вчені зазначають, що «біржа являє собою особливий вид постійно діючого оптового ринку».

Таким чином, російські вчені, які займаються дослідженнями в галузі торгівлі та комерційної діяльності, не приділяють необхідної уваги такій формі організації торгівлі, як ринки, незважаючи на те, що існує федеральний закон «Про роздрібні ринки», в якому детально описано принципи побудови та функціонування таких підприємств. Вочевидь, таке нехтування пов'язане, з одного боку, з впливом декількох факторів, а саме: труднощами у здійсненні планування та контролю діяльності, багаторівневістю структури, специфікою ведення обліку, статистики та ін., а з іншого – ринки та їх популярність серед широкого загалу (яке виступає в ролі покупців і торговців та продавців ринку) є певним показником «нецивілізованості» країни та свідчить про нестабільність і недостатність економічного розвитку.

Американські вчені Б. Берман та Д. Еванс виділяють «блошині ринки» як одну з форм організації торгівлі, коли багато роздрібних торгівців пропонують певний асортимент товарів за зниженими цінами в простих умовах. На цих ринках продають нові речі й ті, що були у вжитку, предмети побуту, книжки та антикваріат. Ці ринки ніяк не класифікуються, мають сезонний характер або відносяться до певних подій чи свят [1]. Характерними для такої форми організації торгівлі є дуже низькі ціни (з можливістю їх подальшого зниження), обмежений асортимент товарів, їх низка якість та відсутність зручностей у процесі здійснення купівлі.

Такий підхід до поняття «ринок» пояснюється перш за все тим, що країни з розвиненою економікою ніколи не мали проблем із кількістю та якістю товарів у загальноторговельній мережі, тому їх ставлення до ринків є відповідним. У цих країнах ринок є місцем, де можна придбати цікаву та старовинну річ, старі видання книжок та музичних дисків, але ринки не є необхідними торговельними підприємствами, де купують продукти харчування та продукти необхідності.

На основі визначень, наведених в українському законодавстві, можна виділити такі особливості функціонування ринків у сучасних українських умовах:

– ринок – це елемент торговельної інфраструктури країни;

– ринок – це самостійний суб'єкт господарювання або його окремий підрозділ;

– ринок створюється на відведеній земельній ділянці;

– функціональним призначенням ринку є надання послуг та створення для продавців і покупців належних умов у процесі купівлі-продажу товарів;

– ціни на ринку встановлюються залежно від попиту та пропозиції.

Проте з наукової точки зору це далеко не всі сутнісні характеристики, що притаманні для ринків та відрізняють їх від інших суб'єктів господарювання у сфері торгівлі. Тому, ураховуючи функції ринків, їх роль у суспільстві та економічні характеристики ринків як окремого виду бізнесу, можна виділити сутнісні характеристики ринків. Результати дослідження подано в таблиці.

Таблиця – **Сутнісні характеристики ринків як суб'єктів господарювання**

№ з/п	Характеристика ринків	Зміст характеристики
1	2	3
1	Особливості основного функціонального призначення ринків	Ринки є організаторами торговельного процесу, тобто вони організують торгівлю, а не здійснюють її – *ринки не є торговельними підприємствами*

Продовження табл.

1	2	3
2	Особливості споживачів послуг ринку	На ринках двоїста структура споживачів послуг: – прямі (безпосередні) споживачі – орендарі торговельних місць; – непрямі (опосередковані) споживачі – покупці ринку, що здійснюють закупівлі на ринках
3	Особливості бізнес-процесів та операційного циклу ринку	Відсутність серед бізнес-процесів ринку бізнес-процесів управління, складування, сортування, зберігання та продажу товарів, основні бізнес-процеси ринків – *бізнес-процеси укладання орендних угод та надання платних послуг*
4	Особливості ресурсів – трудових, матеріальних, фінансових	Трудові ресурси: відсутність торгово-оперативного персоналу на ринку – необхідним персоналом є тільки управлінський та допоміжний персонал; таким чином, на ринку *бінарна функціональна структура персоналу.* Матеріальні ресурси: мінімальна кількість необхідних матеріальних запасів, які не потребують спеціальних умов зберігання; таким чином, для ефективного господарювання *ринкам потрібна мінімальна кількість матеріальних запасів.* Фінансові ресурси: нерівномірність розподілу фінансових ресурсів, потрібних для діяльності ринку в часі, – *високі стартові витрати і відносно невисокі поточні витрати*
5	Особливості витрат	Витрати ринків є суворо регламентованими з боку держави. Законодавчо визначено, які витрати можна зарахувати до прямих та непрямих, а також порядок розрахунку собівартості послуг ринку – *склад та структура витрат контролюються державою*
6	Наявність безоплатних орендарів ринку	Обов'язкова наявність на ринку державних контролюючих органів (санітарно-епідеміологічного, ветеринарного, фітосанітарного контролю та спеціальних експертиз) для *забезпечення якості та безпеки продукції,* що реалізується на ринку, а також *безпеки продавців та споживачів продукції*

Продовження табл.

1	2	3
7	Особливості ціноутворення на орендні послуги	Орендна платня на ринку стягується за користування торговельними площами та торговельним обладнанням, крім того, що регламентованою є витратна частина ціни (див. особливості витрат ринку), законодавчо регламентованою є також прибуткова частина ціни (регламентується максимальна норма прибутку, що може закладатись у ціну орендних послуг) – *ціноутворення на ринку є законодавчо регламентованим*
8	Особливості формування доходів ринку	Особливості формування доходів випливають із особливостей функціонального призначення ринків та ціноутворення на них, таким чином, *зростання доходів ринків можливе за рахунок або укрупнення ринків* (збільшення кількості торгових місць), *або за рахунок економічно виправданого підвищення орендної плати, при їх поєднанні можливий синергетичний ефект зростання доходів ринку*
9	Особливості маркетингової діяльності	Бінарна структура споживачів ринку (покупці та продавці ринку), зумовлює *бінарну структуру програми маркетингу,* яка має створювати клієнтську привабливість для обох груп споживачів
10	Особливості фінансового менеджменту	*Швидкість обороту коштів та отримання прибутку* за рахунок мінімальної кількості товарно-матеріальних запасів, дебіторської заборгованості орендарів та постачальників, орендованих основних засобів

Таким чином, у процесі аналізу були визначені сутнісні характеристики ринків як суб'єктів господарювання, які є тісно пов'язаними між собою та потребують комплексного відбиття у кінцевому визначенні ринків, яке пропонується в такій редакції: *ринок* – це суб'єкт підприємницької діяльності, що діє у сфері торгівлі, основним видом діяльності якого є надання комплексу ринкових послуг в умовах законодавчих обмежень формування ресурсів та фінансових результатів, з метою отримання прибутку та соціального ефекту.

Висновки. З огляду на дані Державної служби статистики ринки становлять суттєву частку роздрібного товарообігу – більше 30%, отже вони є важливим елементом торговельного процесу в Україні, джерелом економічної активності населення, зайнятості та робочих місць. Саме з цієї причини ринкам має приділятись значно більше уваги й на законодавчому, і на науковому рівнях.

У даному дослідженні проаналізовано підходи до поняття «ринок як суб'єкт господарювання», надано авторське визначення цього поняття та виділено принципові особливості функціонування, що виділяють ринки з-поміж інших суб'єктів торговельного підприємництва.

Необхідно досліджувати соціально-економічні взаємозв'язки діяльності ринків та інших галузей економіки, приділяти значну увагу виявленню особливостей діяльності ринків та застосуванню їх у практичній діяльності ринків.

Крім того, необхідно проводити практичні та статистичні дослідження діяльності ринків, виявляти та виправляти основні недоліки діяльності та створювати передумови для подальшого розвитку ринків як суб'єктів господарювання.

Список літератури

1. Берман Барри. Розничная торговля: стратегический подход: [пер. с англ.] / Барри Берман, Джоэл Р. Эванс. – 8-е изд.– М. : Вильямс, 2003. – 1184 с.

2. Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность : организация и управление : учебник / Р. И. Бунеева. — Ростов н/Д : Феникс, 2009. — 365 с.

3. Власова Н. О. Економіка та організація господарської діяльності торгових ринків : монографія / Н. О. Власова, С. М. Сукачова ; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – Х., 2006. – 185 с.

4. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Н. О. Голошубова. – К. : Книга, 2004. – 560 с.

5. Дашков Л. П. Коммерция и технология торговли / Л. П Дашков, В. К. Памбухчиянц. – 5-е изд. – М. : Маркетинг, 2007. – 448 с.

6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

7. Макконел К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : [пер. с 13-го англ. изд.] / К. Р. Макконел, С. Л. Брю. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 974 с.

8. Організація торгівлі : підручник / за ред. В. В. Апопія. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 616 с.

9. Памбухчиянц О. В. Организация и технология коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2007. – 672 с.

10. Рудницький С. І. Організація системи послуг в торгівлі на ринках / С. І. Рудницький // Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів : ЛКА, 2005. – Вип. 7. – С. 143–146.

11. Торговельне підприємництво: теорія та практика : монографія / за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2012. – 304 с.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.
© Г.М. Спащенко, 2013.

УДК 65.014.1:65.012.34:640.432

Т.Н. Скоробогатова, д-р экон. наук, проф. *(ТНУ, Симферополь)*
А.В. Рябинина, асп. *(ТНУ, Симферополь)*

КЕЙТЕРИНГ КАК ОСОБАЯ ФОРМА ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕСТОРАННОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Розглянуто одну із прогресивних технологій виїзного ресторанного обслуговування – кейтеринг. Виявлено позитиви та негативи обслуговування споживачів ресторанних продуктів шляхом кейтерингу. В аспекті сервісної логістики проведено аналіз основних характеристик кейтерингу як мінілогістичної сервісної системи.

Рассмотрена одна из прогрессивных технологий выездного ресторанного обслуживания – кейтеринг. Выявлены позитивы и негативы обслуживания потребителей ресторанных продуктов путем кейтеринга. В аспекте сервисной логистики проведен анализ основных характеристик кейтеринга как минилогистической сервисной системы.

The article is devoted to one of progressive technologies of off-site restaurant service — catering. Positives and negatives of consumers' service of restaurant products via catering are revealed. In terms of service logistics the analysis of the main characteristics of catering as a minilogistic service system is carried out.