

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



**ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ**

«ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ТА СФЕРИ ПОСЛУГ»

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ З ДИСЦИПЛІНИ
для здобувачів вищої освіти за спеціальністю
051 Економіка підприємства,
спеціалізації Економіка підприємства**

Харків 2019

Рекомендовано кафедрою економіки підприємств
харчування та торгівлі ім. І.Г. Бережного,
протокол засідання № 8 від 28. 01. 2019 р.

Рецензент: Чорна М.В., професор, д.е.н.

© Смольнякова Н. М., Волосов А.М., 2019 р.
©Харківський державний університет
харчування та торгівлі, 2019 р.

Зміст

Вступ	5
Тема 1. Сутність і зміст економічної діяльності.....	7
Тема 2. Особливості економічної діяльності підприємств торгівлі	13
Тема 3. Особливості економічної діяльності підприємств ресторанного господарства	20
Тема 4. Основи економічної діяльності підприємств сфери послуг	28
Література	37

ВСТУП

Важливим моментом економічної підготовки фахівців для всіх галузей економіки є розуміння особливостей їх функціонування на ринку. Це зумовлює значення курсу «Основи економічної діяльності підприємств торгівлі та сфери» в процесі навчання здобувачів вищої освіти, які навчаються на економічному факультеті.

Курс базується на вимогах освітньо-професійної програми вищої освіти галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки спеціальності 051 Економіка (спеціалізація «Економіка підприємства») першого (бакалаврського) рівня і має на меті підготовку здобувачів до розуміння особливостей функціонування бізнес-структур, які працюють на різних сегментах ринку.

Метою викладання дисципліни є формування у здобувачів системи спеціальних знань з основ економічної діяльності підприємств і професійних компетенцій з її особливостями у галузі торгівлі, ресторанного господарства та сфери послуг.

Основні завдання навчання:

- сформувати базове уявлення про зміст, види та основні результати економічної діяльності підприємств;
- ознайомити з галузевою специфікою торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг та їх місцем на споживчому ринку;
- надати уявлення про особливості та результати економічної діяльності зазначених галузей та сфер економіки.

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні знати:

- зміст, ознаки та види економічної діяльності;
- формування результатів економічної діяльності;
- системні властивості, що визначають особливості економічної діяльності в певній галузі та сфері діяльності;

вміти:

- визначати основні та додаткові види діяльності;
- враховувати основні властивості, що формують особливості економічної діяльності, під час її дослідження;
- визначити результати від основної та додаткової видів економічної діяльності.

Для глибокого опанування знаннями з дисципліни «Основи економічної діяльності підприємств торгівлі та сфери послуг», роботи здобувачів як на заняттях з викладачем, так і самостійної діяльності пропонується до використання даних конспект лекцій за темами курсу. На основі опрацювання рекомендованої економічної літератури здобувачі вищої світи мають можливість самостійно підготуватися до заліку.

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ І ЗМІСТ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Характеристика поняття економічна діяльність

Будь-яка система покликана вирішувати проблему задоволення потреб суспільства і раціонального використання економічних ресурсів. Цей процес здійснюється на основі економічної діяльності, яку слід розглядати як сукупність дій, в результаті яких відбувається перетворення деяких видів економічних ресурсів на готовий для споживання продукт.

Створюються матеріальні та духовні блага, необхідні для існування й розвитку людини. Люди задовольняють свої потреби в результаті виробництва продуктів для подальшого споживання. Основною категорією будь-якого бізнесу є поняття економічної діяльності, яка формує підприємництво і служить його функціональним базисом, змістом, наповненням. Сучасні економісти не дають однозначного визначення цієї категорії.

Ось деякі з них.

1. Економічна діяльність – діяльність комерційних, некомерційних організацій в сфері цивільного обороту.

2. Економічна діяльність – це не тільки власне виробництво і реалізація продукції, а й інші її стадії:

- організаційна (реєстрація, ліцензування, узгодження з державними інститутами);
- експлуатаційна (безпосередньо виробництво);
- післяексплуатаційна (обмін, розподіл продукції, коштів, а також сплата податків, складання і здача статистичної звітності).

3. Економічна діяльність – діяльність зі створення (виробництва) суспільно-корисного продукту.

4. Економічна діяльність має місце тоді, коли наявні ресурси (обладнання, робоча сила, сировина, енергія, матеріали, інформація) об'єднані у виробничому процесі. Мета такого процесу – випуск продукції або надання послуг. Економічна діяльність при цьому характеризується:

- виробничими витратами;
- процесом;
- випуском продукції (наданням послуг).

5. Економічна діяльність – економічна активність індивідів, їх груп з

виробництва, розподілу, споживання матеріальних благ в межах товарного обміну. Передумовою такої активності є користування, володіння, розпорядження певними благами для задоволення чужих і власних матеріальних потреб.

б. Економічна діяльність – сукупність дій на різних рівнях господарювання, у результаті яких люди задовольняють свої потреби за допомогою виробництва й обміну матеріальними благами і послугами.

Визначення даного терміну тісно пов'язане з визначенням самої економіки.

Економіка – сукупність виробничих відносин, історично визначені способи розподілу, обміну.

Економіка – взаємопов'язана система галузей народного господарства.

Діяльність стає економічною тоді, коли вона ставить за мету або має наслідком виробництво й обмін товарами або послугами, визнаними в якості корисних або рідкісних.

Економічна діяльність має певну сферу докладання зусиль: сільське господарство, промисловість, в області експорту, імпорту тощо.

У загальному сенсі економічна діяльність характеризує обсяг всього економічного життя протягом деякого періоду часу і всередині певної територіальної спільності. В даному випадку економічна діяльність вимірюється за допомогою таких узагальнюючих показників як валовий національний продукт, валовий внутрішній продукт.

Основними ознаками економічної діяльності є:

- сукупність дій;
- здійснення на основі трудового поділу (професіоналізму);
- задоволення духовних, матеріальних потреб людини, групи людей, суспільства, держави;
- виробництво, обмін, розподіл матеріальних, духовних благ.

Економічна діяльність реалізується на 2-х рівнях:

- мікрорівні - підприємництво окремого господарюючого суб'єкта;
- макрорівні - бізнес в масштабах усього суспільства.

Економічна діяльність класифікується за такими ознаками:

- за масштабами діяльності - національна, зовнішньоекономічна;
- за територіально-адміністративною - загальнодержавна, регіональна, місцева;

- за суб'єктами інтересів - власників підприємств, споживачів продукції, трудових колективів підприємств, суспільства, держави);

- за галузями економіки - сільського господарства, промисловості, транспорту, торгівлі тощо;

- згідно «Державного класифікатора видів економічної діяльності».

Всі види діяльності юридичних осіб та індивідуальних підприємців можна розділити на 4 групи:

- звичайні;

- ліцензовані;

- ті, що вимагають повідомлення, дозволу або погодження;

- закриті для індивідуального підприємця.

До звичайних видів діяльності відносять діяльність, не пов'язану з небезпекою загрози життю і здоров'ю громадян.

До ліцензованих:

- діяльність з розповсюдження шифрувальних пристроїв;

- експлуатація вибухонебезпечних і пожежебезпечних продуктів;

- геодезична діяльність;

- діяльність з гасіння пожеж;

- фармацевтична діяльність (виробництво і реалізація лікарських препаратів);

- виробництво медичної техніки;

- перевезення усіма видами транспорту;

- медична діяльність та ін.

Діяльність, що вимагає узгодження або повідомлення (необхідно подати повідомлення в держспоживнагляд після реєстрації, але до її початку):

- готельного господарства;

- ресторанного господарства;

- ремонт і пошиття взуття, одягу, меблів;

- хімчисток і пралень;

- перукарень;

- роздрібною торгівлі харчовими продуктами;

- роздрібною торгівлі в наметах на ринках;

- оптової торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами;

- виробництва тканин, шкіри тощо.

Залежно від величини отриманого доходу діяльність може бути:

- основною, тобто такою, яка приносить найбільший дохід;
- додатковою.

Органи державної статистики розмежовують основну, другорядні та допоміжні види діяльності.

Основний вид економічної діяльності – вид на який припадає найбільший внесок у валову додану вартість (не обов'язково 50%).

Другорядний вид економічної діяльності – будь-який інший (крім основного) вид статистичної одиниці з виробництва товарів або надання послуг, частка якої відповідно до обраного критерію відбору є менше частки основного виду діяльності.

Допоміжний вид економічної діяльності охоплює всі види діяльності, які здійснюються для забезпечення основних видів виробничої діяльності (бухгалтерський облік, транспортування, зберігання, закупівля, збут, ремонт, охорона, технічне обслуговування).

Для малих і мікропідприємств в міжнародній статистичній практиці прийнято визначати тільки основний вид діяльності, другорядні враховуються в статистичному реєстрі тільки за умови високої частки.

Під час реєстрації підприємству присвоюють основний вид діяльності, який вказується в переліку всіх видів діяльності.

Якщо через деякий час основний вид діяльності змінюється, то потрібно передбачити інші види не заборонені законодавством.

Для некомерційних організацій основний вид діяльності визначається за найбільшою питомою вагою основних працівників і сумісників (тих, які виконують роботу за договорами) в середній списковій чисельності працівників.

Для малих підприємств визначальними є кількість працівників і сума виручки від реалізації товарів, робіт, послуг.

Для індивідуальних підприємців головним критерієм є виручка від реалізації товарів (робіт, послуг) з урахуванням усіх податків за минулий період.

Для бюджетних установ (підприємств, організацій) основним видом діяльності є той, що зафіксовано в статуті.

2. Класифікація видів економічної діяльності підприємства

Виходячи з сформульованих цілей, підприємство здійснює виробничу, маркетингову, інвестиційну, фінансову й інші види діяльності.

Економічна діяльність здійснюється за трьома напрямками:

- первинне виробництво (сільське і лісове господарство, мисливство та рибальство, видобуток корисних копалин, виробництво енергії тощо);

- вторинне виробництво або подальша переробка (галузі, що виробляють основні матеріали, засоби виробництва, товари народного споживання, ремесла);

- третинне виробництво або послуги (транспорт, торгівля, кредитні інститути, освіта та наука, готелі та ресторани).

Економічна діяльність в рамках останнього напрямку пов'язана з обслуговуванням 1-го і 2-го напрямків або окремих осіб.

Перелічені напрямки економічної діяльності об'єднують в 2 великі групи - виробничі (1-е і 2-е) і сферу послуг.

Усі види діяльності підприємства спрямовані на отримання як економічних, так і соціальних результатів.

За сучасних умов відбувається трансформація економічної діяльності в соціальну. І якщо економічна діяльність підприємства трактується як здійснення системи скоординованих поточних і перспективних заходів, спрямованих на досягнення певних кінцевих результатів в інтересах підприємства, то соціально-економічну діяльність доцільно розглядати в контексті прийняття рішень з урахуванням інтересів підприємства, споживача та суспільства в цілому. Така трансформація зумовлена посиленням людського чинника у внутрішньому й зовнішньому середовищах підприємства.

Економічна діяльність – інтегрований напрям, який містить: стратегічне та тактичне планування, облік і звітність, ціноутворення, систему оплати праці, ресурсне забезпечення виробництва, зовнішньоекономічну й фінансову та інші види діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність – одна зі сфер економічної діяльності держави, підприємств, фірм, тісно пов'язана із зовнішньою торгівлею, експортом та імпортом товарів, іноземними кредитами й інвестиціями, здійсненням спільних проектів.

Види економічної діяльності розподіляються на групи залежно від класу

професійного ризику, який враховує рівень виробничого травматизму, професійної захворюваності та витрат на забезпечення зі страхування.

Кожен з видів діяльності приносить певні результати:

- позитивні і негативні;
- кінцеві і проміжні;
- матеріальні та нематеріальні.

Поняття «результат» передбачає наявність певного результату, які завершують собою що-небудь, зокрема діяльність.

Результати можуть бути такими, що:

- приносять матеріальні вигоди (економічні, у т.ч. фінансові результати) - прибуток, зростання вартості акцій, поліпшення фінансових показників та інші;
- забезпечують підприємству нематеріальні переваги (соціальні).

Наприклад, поліпшення умов праці, підвищення добробуту персоналу, споживачів (підвищення якості та поліпшення асортименту) і суспільства в цілому (збільшення числа робочих місць і вирішення соціальних проблем). Соціальні результати формують можливості отримання економічної вигоди в майбутньому (підвищення лояльності споживачів створює умови для зростання обсягів реалізації, і, отже, отримання прибутку). З цього випливає, що соціальні результати можна розглядати як непряму економічну вигоду.

ТЕМА 2. ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

1. Зміст та особливості діяльності торгівлі як галузі економіки

Торгівля як галузь економіки складається з великої кількості різноманітних господарюючих суб'єктів, різних за розміром, спеціалізацією, організаційно-правовим статусом тощо і мають у своєму розпорядженні відповідну матеріально-технічну базу, необхідні фінансові ресурси, кваліфіковані кадри та функціонують з метою отримання прибутку.

Торгівля посідає важливе місце на споживчому ринку, в системі галузей народного господарства та в системі ринкових відносин взагалі. Її роль в економіці та на споживчому ринку полягає в наступному:

1. Торгівля опосередковує економічні зв'язки ринкового господарства, кругообіг капіталу та безперервність процесу відтворення.

2. Торгівля бере участь у створенні валової добавленої вартості в тій частині, в якій вона виконує певні виробничі операції.

3. Торгівля виступає зв'язковою ланкою між виробництвом і споживанням, надаючи послуги виробникам і споживачам та здійснюючи на них активний вплив.

4. Торгівля відіграє вагому роль в налагодженні економічних зв'язків між адміністративними районами, що сприяє раціональному розподілу праці між ними.

5. Торгівля має важливе значення у здійсненні вимог економічного закону розподілу праці. Матеріальна зацікавленість працівників суспільства забезпечується і стимулюється у тому випадку, якщо вони мають можливість обміняти свої грошові доходи на потрібні їм предмети споживання (що є змістом діяльності торгівлі).

6. Внутрішня торгівля є однією з важливих сфер життєзабезпечення населення. За її участі вироблені товари отримують визнання споживачів, здійснюється ринкове узгодження товарної пропозиції та попиту споживачів.

7. Торгівля тісно пов'язана з грошовим обігом, є джерелом надходження поточних грошових коштів (забезпечує близько 90 % усіх грошових надходжень касового плану Нацбанку). Її розвиток через товарооборот є важливою умовою прискорення грошового обігу й забезпечення стійкості

грошової одиниці.

8. Торгівля відіграє важливу роль у формуванні бюджету держави та забезпеченні фінансової стабільності.

Торгівля як галузь економіки є неоднорідною за своїм складом. Вона складається з різноманітних видів та форм торговельної діяльності.

Відповідно до функціональної структури економіки, яка визначається державним класифікатором видів економічної діяльності в Україні, функціональна структура торгівлі є наступною: оптова та роздрібна торгівля, а також торговельне посередництво.

Відмінність цих функціональних структур полягає в їх місці на певній стадії товарного обертання.

Початкова та середня стадії являють собою обертання товарів за допомогою якого товари надходять зі сфери виробництва до сфери товарного обертання, що є економічним змістом діяльності оптової торгівлі.

Кінцева стадія передбачає реалізацію споживчих товарів і послуг кінцевим споживачам – населенню, що є економічним змістом діяльності роздрібною торгівлі.

Оптова торгівля є складовою частиною та початковою стадією товарного обертання. Вона являє собою форму господарських зв'язків між виробництвом, з одного боку, та роздрібною торгівлею і неринковими споживачами (лікарні, дитячі садки, армія тощо).

Оптова торгівля здійснює продаж товарів великими партіями для виробничого споживання чи перепродажу. Як сполучна ланка між різними ступенями збуту, оптова торгівля закупає велику кількість товарів і далі продає їх винятково для перепродажу, проте вже більш дрібними партіями чи в підсортированому виді, а також великим споживачам для перепродажу чи використання у виробничому процесі. Оптова торгівля – це проміжна ланка в сфері обертання, і тому надає послуги постачальникам та покупцям.

Суб'єктами оптової торгівлі можуть бути:

- безпосередньо виробники;
- власне підприємства й організації оптової торгівлі;
- різноманітні торговельні посередники (комісіонери, товарні брокери та інші посередники, які здійснюють торгівлю товарами від імені або за рахунок інших осіб або компаній, у т.ч. оптові Інтернет-аукціони).

Роздрібна торгівля являє собою продаж товарів одиничними предметами

або невеликою кількістю кінцевим споживачам в обмін на їх грошові доходи. Цей процес є завершальною кінцевою ланкою руху товарів у сфері обертання. Товари переходять до сфери споживання та відбувається зміна товарної вартості на грошову.

Роздрібну торгівлю класифікують насамперед за типом місця торгівлі (роздрібну торгівлю в магазинах, у т.ч. уживаними товарами; роздрібну торгівлю поза магазинами).

Роздрібна торгівля в магазинах у подальшому розподіляється на спеціалізовану та неспеціалізовану роздрібну торгівлю.

Спеціалізовану роздрібну торгівлю новими товарами класифікують за асортиментом товару, який підлягає продажу.

Торгівля поза магазинами деталізована за формами торгівлі, такими як роздрібна торгівля з лотків і на ринках та інші форми роздрібної торгівлі, що їх здійснюють поза магазинами, зокрема, за поштовим замовленням або через мережу Інтернет, шляхом доставки “від порога до порога”, за допомогою торгових автоматів тощо.

Цей розділ також включає роздрібну торгівлю, яку здійснюють комісіонери, роздрібні аукціонні будинки, представники, задіяні у мережевому маркетингу.

2. Основні результати економічної діяльності торгівлі

Результатом діяльності торгівлі як галузі економіки є послуга.

Під послугою розуміють дії, вигоди або задоволення, що створюються і реалізуються для забезпечення фізичних або духовних потреб як індивідуальних, так і колективних споживачів.

Послуги, що створюються з метою реалізації на ринку, мають товарний характер, який реально виявляється у формі діяльності, а не в матеріально-речовинній формі, і споживаються спільно з фізичними товарами, збільшуючи їх вартість. Ті обставини, що операції купівлі-продажу (в чистому виді) не створюють товар, а задовольняють суспільні потреби в діяльності з реалізації товарів, дають підстави вважати цю діяльність послугою. Торгівля, з одного боку, надає послуги виробникам товарів з їхньої реалізації, більш швидкого та економічного відшкодування витрат виробництва. З іншого боку, торгівля надає послуги споживачам із задоволення їх платоспроможного попиту. Це дає

можливість розділити торговельні послуги на основні і додаткові.

До основних торговельних послуг належать такі торгові операції, як вивчення купівельного попиту, товарних джерел, реклама, організація різних виставок, укладання господарських договорів, разових угод, показ товарів, надання кваліфікованої консультації, створення сприятливих умов для реалізації товарів, приймання, видача та збереження грошей, пов'язаних із реалізацією товарів, оформлення різних документів, облік та контроль за рухом товарної маси і багато інших.

До додаткових торговельних послуг належать послуги, пов'язані з продовженням процесу виробництва в сфері обертання (транспортування, пакування, зберігання тощо), що зумовлено повним відокремленням виробництва від сфери обігу. Надаючи ці послуги торгівля збільшує вартість товару і, відповідно, бере участь у створенні додаткового продукту.

Залежно від стадії товарного обертання та специфіки операцій з купівлі-продажу товарів виділяють:

а) оптовий товарооборот – продаж товарів оптовими партіями для подальшого перепродажу чи використання в бізнесі;

б) торговельно-посередницький товарооборот, який визначається обсягом посередницьких операцій купівлі-продажу споживчих товарів без будь-якої технологічної обробки;

в) роздрібний товарооборот – обсяг продажу товарів для кінцевого споживання. Кінцевим споживачем головним чином виступає населення.

Самостійним показником виступає дрібнооптовий товарооборот, що посідає проміжне положення між оптовим та роздрібним. Він характеризує продаж товарів масовим споживачам або торговельним посередникам, а також окремим особам меншими партіями ніж оптові. Дрібнооптові операції здійснюються, як правило, спеціалізованими дрібнооптовими магазинами або підприємствами роздрібної торгівлі (за цінами вище оптових, але нижче роздрібних).

Основні показники обсягу товарообороту та його складові є абсолютними показниками.

Оптовим товарооборотом називають продаж товарів великими партіями виробничими, збутовими, торговельними підприємствами іншим торговельним підприємствам для подальшого перепродажу, а також виробничим і масовим споживачам як в Україні, так і на експорт.

Оптовий товарооборот характеризує обсяги продажу споживчих товарів, що пройшли певну технологічну обробку на даному підприємстві (зберігання, оптове підсортування, транспортування та ін.).

До оптового товарообороту включається за складом вартість продукції:

а) проданої на внутрішньому ринку (на території України);

б) поставленої на експорт (за контрактними цінами, перерахованими за курсом гривні, котируваному Нацбанком України на момент продажу);

в) відпущеної за бартером (товарообмінна угода з передачею права власності на товар без оплати грошима) – в оцінці за середньою ціною реалізації (з урахуванням податку на додану вартість, акцизу, торговельної надбавки) тієї самої або аналогічної продукції за поточний місяць чи за ціною її останньої реалізації;

г) виданої своїм працівникам у рахунок оплати праці;

д) проданої з оплатою через касу підприємства оптової торгівлі.

Залежно від суб'єкта (джерела) продажу товарів він поділяється на:

- оптовий товарооборот виробників;

- оптовий товарооборот торговельних організацій.

У складі оптового товарообороту торгівлі виділяють наступні його форми:

- регіональний оптовий товарооборот – продаж товарів оптовим покупцям свого регіону (міста, району, області);

- міжрегіональний оптовий товарооборот – реалізація товарів оптовим покупцям інших регіонів (за межі області в рамках країни);

- зовнішньоторговельний товарооборот – продаж товарів оптовим покупцям інших країн (за експортом). залежно від організації та форми товароруку оптовий товарооборот поділяють на складський і транзитний.

Оптову реалізацію товарів через канал нульового рівня безпосередньо оптовому споживачу або через однорівневий канал – за участю одного посередника (роздрібного) називають транзитним товарооборотом.

Такий продаж може здійснюватись за участі оптових підприємств, які тільки сприяють процесу продажу товарів. За умов фінансової участі посередників в постачанні товарів оптовий товарооборот є транзитним товарооборотом з участю в розрахунках.

За транзитного товарообороту без участі в розрахунках роль оптової бази зводиться до організації товаропросування (укладання угод, контроль термінів відвантаження, транспортування і т. ін.).

Реалізація товарів через двох – або більш рівне вий канал за участі дилерів або дистриб'юторів є складським товарооборотом.

Торговельно-посередницький товарооборот характеризує обсяг посередницьких операцій купівлі-продажу споживчих товарів без будь-якої технологічної обробки на торговельних підприємствах роздрібній торгівлі або оптовим покупцям. Він є результатом діяльності торговельних посередників.

У складі торговельно-посередницького товарообороту виділяють:

- оборот на біржовому ринку, тобто посередницькі операції з купівлі-продажу товарів на різноманітних товарних спеціалізованих або універсальних біржах через створені (придбані) брокерські контори або брокерські місця;
- оборот на позабіржовому ринку, до складу якого включають обсяг посередницьких угод, що склалися поза товарними біржами з вітчизняними або зарубіжними учасниками.

Як показник діяльності роздрібною торгівлі роздрібний товарооборот характеризує обсяг продажу товарів населенню, а також підприємствам, організаціям та установам для колективного споживання або господарських потреб.

Склад роздрібного товарообороту визначається «Інструкцією про облік роздрібного товарообороту і товарних запасів», затвердженою наказом міністерства статистики України від 03.10.2008 № 364. Відповідно до неї в роздрібний товарооборот включається виручка від продажу безпосередньо населенню споживчих товарів для особистого споживання як за готівку, так і за розрахункові чеки установ банків через організований споживчий ринок, тобто спеціально організовану торговельну мережу, всіма діючими підприємствами незалежно від відомчої підпорядкованості, форм власності та господарювання, а також виручка, що одержана через касу неторгових підприємств, організацій, установ від продажу безпосередньо населенню товарів власного виготовлення, закуплених на стороні або одержаних за бартером (враховується як продаж поза торговельною мережею).

До складу роздрібного товарообороту включається і реалізація товарів за безготівковим розрахунком із роздрібною мережею.

У роздрібному товарообороті враховується продаж як нових, так і товарів, які вже перебували у сфері, куплених у населення і прийнятих торговельними підприємствами на комісію.

Роздрібний товарооборот визначається у фактичних цінах на момент

продажу товарів покупцю, незалежно від часу сплати грошей.

Таким чином роздрібна реалізація товарів здійснюється в різноманітних формах роздрібного товарообороту:

1. Залежно від організаційних форм продажу споживчих товарів роздрібний товарооборот поділяється на:

а) товарооборот торговельної мережі, який включає:

- товарооборот роздрібної торгівлі, який здійснюється через спеціально організовану торговельну мережу різної відомчої підпорядкованості (магазини, кіоски, намети, аптеки, автозаправочні станції, торгові ринки та ін.);

- товарооборот підприємств ресторанного господарства (їдалень, кафе, ресторанів, барів та ін.);

б) продаж товарів поза торговельною мережею:

- продаж на аукціонах;

- продаж на бортах літаків та в пасажирських потягах;

- продаж промисловими, сільськогосподарськими та іншими підприємствами населенню товарів власного виробництва, закуплених «на стороні» або отриманих за бартером через каси неторгових підприємств, організацій, установ.

2. Залежно від складу кінцевих споживачів виділяють такі форми роздрібного товарообороту:

- продаж товарів безпосередньо населенню;

- продаж товарів із роздрібної торговельної мережі окремим категоріям організацій та підприємств в порядку дрібного опту.

3. Залежно від форми грошових розрахунків виділяють:

- реалізацію товарів за готівку: за грошові кошти, отримані безпосередньо від покупців; за розрахункові чеки банківських установ; за перерахуваннями з рахунків вкладників (фізичних осіб);

- продаж товарів за безготівковим розрахунком.

4. Залежно від термінів розрахунку за реалізовані товари у складі роздрібного товарообороту виділяють:

- продаж товарів з негайною оплатою;

- продаж товарів в кредит з відстрочкою платежу на встановлений термін або шляхом здійснення узгоджених періодичних платежів.

Незалежно від часу сплати грошей роздрібний товарооборот визначається в цінах фактичної реалізації на момент передачі товарів покупцям.

ТЕМА 3. ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1. Зміст, функції та особливості діяльності ресторанного господарства

Ресторанне господарство є галуззю національної економіки і видом підприємницької діяльності, що мають власну специфіку.

Виробництво і реалізація продуктів харчування, їжі може здійснюватися в багатьох галузях національної економіки (харчова промисловість, сільське господарство, торгівля), а організація споживання – лише в галузі ресторанного господарства.

Специфіка ресторанного господарства як виду діяльності й галузі національної економіки полягає в тому, що в ньому поєднуються *функції виробництва, обігу (реалізації) й організації споживання*. При цьому ці окремі процеси взаємопов'язані у часі й просторі, що обумовлено особливостями продукції, яка, як правило, повинна споживатися за певного температурного режиму, не підлягає тривалому зберіганню і транспортуванню на великі відстані.

У процесі виробництва в ресторанному господарстві створюється специфічна продукція – «кулінарна продукція» – їжа, що безпосередньо готова до споживання. Сировина, що піддається якісним змінам у результаті технологічної обробки, надходить на реалізацію з новими споживчими властивостями. Створюється товар із новою споживчою вартістю й вартістю.

У процесі обігу (реалізації) продукція ресторанного господарства переміщується до місця споживання. При цьому здійснюється зміна форм вартості й форм власності: виготовлені товари обмінюються на грошові доходи населення.

У процесі організації споживання продукція ресторанного господарства споживається як готова їжа. При цьому споживач отримує не лише матеріальні блага, але й різноманітні послуги, що пов'язані з процесом споживання кулінарної продукції.

Функції ресторанного господарства:

- виробництво готової до споживання їжі;
- реалізація продукції власного виробництва й деякої кількості продукції

інших галузей (покупних товарів);

- організація споживання продукції.

Поєднання у межах підприємств ресторанного господарства трьох взаємопов'язаних функцій визначає своєрідність кругообігу їх коштів (капіталу). Якщо кругообіг коштів торговельного підприємства складається з двох стадій: купівлі і продажу товарів, споживча вартість яких при цьому не піддається істотним змінам, тобто здійснюється за формулою:

$$Г - T - Г', \quad (3.1)$$

то кругообіг коштів підприємств ресторанного господарства здійснюється за формулою:

$$Г - T \begin{cases} \nearrow Г' \\ \searrow B - T - Г' \end{cases} \quad (3.2)$$

де товар (T), закуплений підприємством, в одній частині піддається переробці, тобто здійснюється виробництво (B), а в іншій (покупні товари) – без будь-якої обробки реалізується населенню за його грошові доходи ($Г'$).

Таким чином, з виробництвом, реалізацією та організацією споживання готової їжі пов'язані процеси зміни форм вартості, власності та кругообіг коштів.

Роль і місце кожної із перелічених функцій у межах конкретних підприємств ресторанного господарства можуть істотно відрізнятися і визначаються множиною чинників як загальноекономічного, так і галузевого рівня. До таких чинників можна віднести: рівень розвитку процесу суспільного розподілу праці; рівень розвитку харчової промисловості та сільського господарства як сировинної бази ресторанного господарства; рівень розвитку процесів концентрації, спеціалізації, кооперування виробництва у межах ресторанного господарства; тип і спеціалізація підприємства та ін.

Ресторанне господарство як галузь національної економіки має *двоїстий характер*. Так, з одного боку, у ресторанному господарстві створюється продукція, що має нову споживчу вартість і вартість, тому його можна віднести до *галузей матеріального виробництва*. У той же час, ресторанне господарство слід відносити до *галузей сфери обслуговування*, продуктом якої є певна доцільна діяльність, що має назву *послуга*.

Особливістю праці в сфері обслуговування є безпосередній вплив на людину як об'єкт прикладання праці, праця надає послуги як діяльність. При

цьому процес надання (виробництва) послуги майже завжди співпадає з процесом її споживання.

Крім того, у сфері послуг ресторанне господарство займає *специфічне місце*, оскільки в більшості підприємств ресторанного господарства має місце масове виробництво продукції для знеособленого споживача.

У системі ресторанного господарства виділяють дві основні групи підприємств, які обслуговують різні контингенти споживачів:

- підприємства загальнодоступної мережі;
- підприємства, обслуговуючі населення за місцем роботи, навчання, відпочинку (підприємства закритої мережі).

Кожною з цих груп властиві свої особливості і відмінні риси:

- загальнодоступна мережа більшою мірою орієнтована на попит споживачів і вільні джерела постачання сировиною й товарами. Окрім цього вони розвиваються за рахунок власних коштів.

- підприємства за місцем роботи, навчання, як правило, знаходяться на балансі промислових підприємств, учбових закладів (вузи, технікуми) або на утриманні бюджету місцевих органів влади (школи). Частина продовольчих ресурсів на ці підприємства поступає з централізованих фондів постачання, що передбачає гарантоване надходження частини товарних ресурсів. При організації харчування в заводських, студентських, шкільних та інших їдалень можуть враховуватися фізіологічні норми споживання.

Наявність двох груп підприємств в системі ресторанного господарства визначає наступні його форми:

- платне харчування;
- безкоштовне харчування;
- пільгове харчування.

Платне харчування є реалізацією продукції за повною вартістю в підприємствах загальнодоступної мережі і деяких закритих підприємств.

Безкоштовне харчування організовується підприємствами для тих контингентів, які існують за рахунок коштів держбюджету (лікарні, діти сироти).

Пільгове харчування – харчування, при якому кошти за його надання отримуються частково з особистих доходів громадян, а частково за рахунок бюджетів відповідних установ (промислові підприємства, вузи, місцеві бюджети).

Таким чином, *ресторанне господарство* є специфічним видом підприємницької діяльності й галуззю національної економіки, підприємства якої задовольняють потреби населення в безпосередньо готовій до споживання їжі, у зв'язку із чим виконують взаємопов'язані функції із виробництва кулінарної продукції, її реалізації та організації споживання.

2. Характеристика результатів діяльності ресторанного господарства

Загальні результати діяльності підприємств ресторанного господарства щодо виробництва та подальшої реалізації кулінарної продукції та покупних товарів у грошовому виразі втілюються у показниках товарообороту. Товарооборот підприємств ресторанного господарства, продукція яких призначена для кінцевого споживання, за своєю сутністю та кількісною оцінкою є складовою частиною роздрібного товарообороту.

Склад товарообороту закладів ресторанного господарства регламентується Інструкцією державного комітету статистики України щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 3-торг «Звіт про продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства» від 03.10.2008 № 364.

Товарооборот ресторанного господарства являє собою обсяг продажів продукції, товарів споживачам і надання платних послуг населенню за певний період, виражений у грошовій формі. Він виражає економічні відносини, що виникають між продавцями і покупцями з приводу реалізації власної продукції, покупних товарів, надання послуг щодо організації харчування.

Продукція ресторанного господарства являє собою сукупність виготовлених і реалізованих підприємством страв, кулінарних виробів і напівфабрикатів, а також готових до вживання продуктів харчової промисловості і сільського господарства.

У зв'язку із тим, що підприємства ресторанного господарства реалізують продукцію, яка виготовлена на самих підприємствах, тобто продукцію, що зазнала кулінарної обробки, а також продукти, що не піддавалися обробці, *товарооборот підприємства ресторанного господарства є неоднорідним за своїм складом*. У його загальному складі виділяють дві частини:

1) *оборот з реалізації продукції власного виробництва*.

До складу *продукції власного виробництва* в ресторанному господарстві

належать: готові вироби й напівфабрикати, що виготовлені на кухні або в підсобних виробничих цехах підприємства ресторанного господарства шляхом теплової чи холодної обробки сировини і продуктів.

Реалізація продукції власного виробництва підприємствами ресторанного господарства здійснюється у роздріб, тобто у вигляді роздрібною продажу безпосередньо населенню. Але може мати місце й продаж оптом іншим підприємствам ресторанного господарства та роздрібною торгівлі, а також у вигляді внутрішньосистемного відпуску. Так, оптом реалізуються напівфабрикати, кулінарні вироби високого ступеня готовності відокремленими заготівельними підприємствами - підприємствам доготівельним, кулінарні та кондитерські вироби – підприємствам роздрібною торгівлі та ін.

Під *внутрішньосистемним відпуском* розуміють відпуск продукції власного виробництва в межах певного підприємства своїм структурним підрозділам: магазинам, кіоскам й ін. закладам.

Реалізація підприємством ресторанного господарства продукції власного виробництва у вартісному виразі становить *товарооборот з продукції власного виробництва*.

2) *оборот з реалізації покупних товарів*, до складу яких включаються продукти, що, як правило, реалізуються без додаткової технологічної обробки й доповнюють асортимент продукції підприємства ресторанного господарства.

Покупні товари – це товари, що придбані підприємством ресторанного господарства на стороні й продані населенню без усякої обробки.

Реалізація підприємством ресторанного господарства покупних товарів у вартісному виразі становить *товарооборот з покупних товарів*.

Згідно нормативних документів, *товарооборот ресторанного господарства* – це продаж покупних товарів і продукції власного виробництва (роздрібний та оптовий продаж продукції власного виготовлення, а також внутрішньосистемний відпуск).

Оборот від надання послуг та іншої неторгової діяльності в підприємствах ресторанного господарства включається до *обороту від інших видів діяльності*.

Роздрібний товарооборот ресторанного господарства – це продаж безпосередньо населенню покупних товарів і роздрібний продаж продукції власного виробництва.

Роздрібний продаж безпосередньо населенню продукції власного виробництва підприємств ресторанного господарства включає:

- продаж готових виробів і напівфабрикатів власного виробництва населенню через обідній зал і буфет цього підприємства, включаючи відпуск обідів додому, а також продаж через магазини кулінарії і напівфабрикатів, палатки, розвізну та розносну мережу, яка належить цьому підприємству ресторанного господарства;

- продаж за безготівковим розрахунком готових виробів і напівфабрикатів власного виготовлення лікарняним, профілактичним установам, оздоровчим закладам і закладам відпочинку, соціального забезпечення і освіти для харчування населення, яке вони обслуговують;

- продаж продукції пересувних їдалень, які обслуговують працівників сільськогосподарських підприємств на польових станах, лісорозробках, лісосплавів та шляхових машинних станціях.

Оптовий продаж продукції власного виробництва підприємств ресторанного господарства – це продаж готових виробів і напівфабрикатів власного виготовлення підприємствам і організаціям роздрібної торгівлі (магазинам і палаткам), їдальням, ресторанам, буфетам та іншим підприємствам ресторанного господарства.

Сума оптового і роздрібного товарообороту або товарообороту з продукції власного виробництва й товарообороту з покупних товарів становить *сукупний (валовий) обсяг товарообороту* підприємства ресторанного господарства, що характеризує загальний обсяг його виробничо-торговельної діяльності.

Крім виробництва і реалізації продукції, заклади ресторанного господарства надають відвідувачам комплекс різноманітних послуг з організації її споживання.

Згідно нормативної документації, *послуга ресторанного господарства* є результатом діяльності підприємств і громадян-підприємців по задоволенню потреб споживача у харчуванні та проведенні дозвілля.

Послуги, що надаються споживачам у закладах ресторанного господарства, *поділяються* на:

- *послуги харчування* – послуги із виготовлення кулінарної продукції, її реалізації й організації споживання відповідно до типу і класу закладу;

- *послуги із виготовлення кулінарної продукції й кондитерських виробів*: виготовлення кулінарної продукції і кондитерських виробів на замовлення споживачів та із сировини замовника; послуги кухаря, кондитера із виготовлення страв і виробів вдома;

- *послуги із реалізації продукції*: реалізація продукції, виробів за межами закладу; відпуск обідів додому; комплектування наборів продукції в дорогу; реалізація продукції й виробів через розносну мережу;

- *послуги із організації обслуговування споживачів*: організація обслуговування свят, сімейних обідів, ритуальних заходів; організація обслуговування учасників конференцій, семінарів; послуги офіціанта (бармена) із обслуговування вдома; доставка продукції і виробів на замовлення споживачів, обслуговування на пасажирському транспорті, робочих місцях, у номерах готелю; бронювання місць в залі закладу тощо;

- *послуги із організації дозвілля*: організація музичного обслуговування; організація проведення концертів, програм; забезпечення газетами, журналами, настільними іграми тощо;

- *інформаційно-консультативні послуги*: консультації фахівців із виготовлення, оформлення продукції, виробів і сервіровки столу тощо;

- *інші послуги*: прокат столової білизни, посуду; продаж сувенірів; надання парфумерії, засобів для чищення взуття і одягу; упаковка страв і виробів; надання споживачам телефонного зв'язку; забезпечення збереження особистих речей споживача; виклик таксі за замовленням; паркування особистого транспорту споживачів тощо.

Послуги ресторанного господарства є специфічним продуктом, який купується за допомогою обмінних угод, що не передбачають володіння, а лише споживання та його використання у певний час та у визначеному місці.

Зміст послуги ресторанного господарства визначається як процес здійснення діяльності, що складається із сукупності дій і результатів, пов'язаних із виробництвом і продажем власної продукції (страв, кулінарних виробів, напівфабрикатів), і спрямованою на взаємовідносини виробника і споживача послуги з метою задоволення потреб у позадомашньому харчуванні й проведенні дозвілля, досягненні взаємної вигоди і реалізації корисних властивостей послуги як економічного блага.

Особливості послуг у сфері ресторанного господарства:

- *неодночасність процесів виробництва і споживання*. Відносно послуг, що надаються у сфері ресторанного господарства, не повною мірою діє така характеристика послуг, як нерозривний характер процесів виробництва і споживання. Окремі послуги ресторанного господарства не пов'язані з присутністю споживача, наприклад сервірування столика, прибирання посуду

після споживання продукції та ін.;

- *неможливість накопичення і зберігання послуг ресторанного господарства.* Комплекс ресторанних послуг не може бути збережений для подальшого продажу. Якщо на поточну годину столик залишається незайнятим відвідувачами, то його неможливо буде продати додатково в інший час. Усі втрати з цього приводу лягають на суб'єкт господарювання;

- *терміновий характер послуг у ресторанному господарстві.* Специфіка ресторанного господарства полягає в тому, що обслуговування клієнтів повинне відбуватися швидко;

- *широка участь персоналу в процесі обслуговування.* Людський чинник і його вплив призводить до мінливості якості послуг, їх неповторності навіть у межах одного закладу;

- *сезонний характер попиту на послуги ресторанного господарства.* Для послуг ресторанного господарства характерне коливання попиту за періодами року і днями тижня, що впливає на завантаження закладів;

- *взаємозалежність послуг і мети відвідування закладу ресторанного господарства.* Рішення гостя відвідати певний заклад ґрунтується не на чиннику наявності конкретного закладу, а приймається з інших причин: розвага, відпочинок, ділова зустріч тощо;

- *специфіка послуг ресторанного господарства визначається особливостями і технологіями обслуговування.* Технологічний процес надання послуг ресторанного господарства залежить від особливостей процесу обслуговування у конкретному закладі;

- *послуги ресторанного господарства не мають заздалегідь готової форми,* вони формуються в ході обслуговування при взаємодії виконавця і споживача. Процеси виробництва і споживання послуг протікають одночасно з моменту входження відвідувача до закладу і до моменту його виходу, впродовж усього періоду відвідувач сприймає послуги як результат діяльності персоналу закладу;

- *послуги ресторанного господарства надаються і споживаються в одному місці* – місці обслуговування, а споживач стає частиною системи розподілу. Відвідувач вступає в контакт із обслуговуючим персоналом, отже, заклад ресторанного господарства повинен забезпечувати успішний контакт персоналу з клієнтом.

Таким чином, *послуга ресторанного господарства* є організованою

взаємодією споживача і персоналу закладу, що безперервно впливає на споживача впродовж усієї своєї тривалості. Цей процес діє лише впродовж перебування споживача, і в цей час постійно йде діалог між відвідувачем і закладом, його неможливо запрограмувати або створити алгоритм обслуговування. Послуга у сфері ресторанного господарства в кожному випадку є індивідуальною.

ТЕМА 4. ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

1. Сфера послуг як сукупність галузей економіки

Рівень життя людей не зводиться тільки до зростання доходів і збільшення виробництва товарів народного споживання. Він включає багато якісних сторін умов життя: торгівлю, побутове обслуговування, фінанси, освіту, науку, культуру, охорону здоров'я, фізкультуру і спорт, армію, змістовне використання вільного часу, соціальне забезпечення, включаючи різного роду соціальні служби, управління тощо.

Сучасна невиробнича сфера являє собою значиму частину світового економічного простору, що складає переважну кількість підприємств. В ній зайнято більшість працездатного населення. Вони виробляють помітну частину валового національного доходу.

Невиробничі галузі створюють умови, що сприяють всебічному розвитку здібностей і творчої активності працівників - головної виробничої сили суспільства.

Об'єм витрат суспільної праці в невиробничій сфері, що все збільшується та постійно зростаюча активна роль невиробничої сфери в прискоренні соціально-економічного розвитку країн, роблять її одним із найважливіших секторів народного господарства.

Невиробничі функції входили до матеріальної діяльності людей і значний час посідали незначне місце в суспільстві. З часом, в наслідок зростання продуктивності суспільної праці і розвитку соціальних і культурних потреб людей, відбулось виокремлення багатьох невиробничих функцій від безпосередньо виробництва та перетворення їх на великі галузі економіки.

За сучасного рівня розвитку виробничих сил сфера послуг стала сферою використання суспільної праці та складається з таких галузей:

- побутове обслуговування;
- освіта;
- охорона здоров'я;
- культура й мистецтво;
- фізична культура та спорт;
- наука та наукове обслуговування;
- житлово-комунальне господарство;
- пасажирський транспорт;
- туризм тощо.

Ця сфера тісно пов'язана з матеріальним виробництвом. Працівники матеріального виробництва в обмін на послуги створені невиробничою сферою, надають продукти своєї праці для життєзабезпечення працівників невиробничої сфери та їх трудової діяльності. Таким чином, за своєю економічною сутністю економічні відносини у даній сфері є відносинами споживчого нематеріального характеру.

Вони виявляються в якості відносин з приводу:

- доведення матеріальних благ до споживача;
- створення послуг.

Специфіка економічних відносин визначається тим, що процес створення послуг одночасно є процесом споживання матеріальних благ.

Існують певні особливості даної сфери як сектору суспільного поділу праці, що відбивають специфіку економічних відносин і своєрідність дії економічних законів:

- ця сфера відрізняється від матеріального виробництва функціональним призначенням. В ній існує вплив на людину і на соціальні умови її існування;
- кінцеві результати праці в ній виступають в якості властивостей особистості або рис суспільного життя, що сформувались під впливом діяльності працівників цієї сфери (отримання вищої освіти, одужання хворого).

В той же час, її працівники не утворюють кінцевого результату повністю, а роблять значний внесок в його досягнення.

Це пояснюється наступним чином:

- задоволення кожної потреби передбачає участь, зазвичай, цілого кола взаємопов'язаних видів діяльності, що часто здійснюються в різних галузях економіки;

- задоволення різних потреб взаємообумовлене і часто залежить від

природних й інших об'єктивних факторів;

- на досягнення кінцевих результатів впливає активність споживачів.

Усі галузі сфери послуг поділяють на:

- *галузі, які збільшують особисте споживання, а саме:*

а) ті, що задовольняють духовні й соціальні потреби:

- освіта;
- телебачення та радіомовлення;
- мистецтво та культура;
- соціальне забезпечення тощо;

б) ті, що задовольняють інші потреби:

- охорона здоров'я;
- фізична культура і спорт;
- побутове обслуговування;
- комунальне господарство;
- пасажирський транспорт;
- зв'язок тощо.

- *галузі, які не беруть прямої участі у формуванні фонду особистого споживання:*

- фундаментальна наука;
- управління;
- дорожнє господарство;
- правничі та правозахисні організації тощо.

Інтенсифікації матеріального виробництва сприяє розвиток багатьох невиробничих галузей.

Наприклад, такі галузі як наука і освіта безпосередньо беруть участь у формуванні науково-технічного потенціалу країни. Результати наукових досліджень, втілюючись у новій техніці, технології, новітніх методах організації виробництва тощо, створюють основу для підвищення якості праці, що свідчить про високе народногосподарське значення науки.

Освіта сприяє розповсюдженню наукових знань, забезпечує загальноосвітню та спеціальну підготовку кадрів у відповідності до сучасних вимог. Підвищення кваліфікації працівників дає їм змогу працювати більш ефективно і тим самим позитивно впливає на зростання суспільного продукту і національного доходу.

Успіхи галузі охорони здоров'я, що забезпечують відносне зменшення захворюваності і смертності, допомагають зменшувати втрати на виробництві,

сприяють оздоровленню працівників, а отже, і підвищенню їх працездатності та результативності праці.

Чималий внесок у покращення умов відтворення робочої сили вносить побутове обслуговування та житлово-комунальне господарство. Збільшення обсягів і підвищення якості послуг цих галузей повертається, крім усього іншого, збільшенням меж вільного часу. А раціональне використання вільного часу у все більшій мірі забезпечується розвитком тієї ж таки невиробничої сфери, зокрема таких галузей як культура і мистецтво, фізична культура, туризм тощо.

Таким чином, із точки зору інтересів економіки держави ефект розвитку сфери послуг втілюється перш за все в прискоренні росту валового внутрішнього продукту (ВВП). Але це не єдиний напрямок впливу невиробничої сфери на результати господарювання в масштабах всього суспільства. Народногосподарський ефект розвитку невиробничої сфери складається із прямого і непрямого ефектів. Прямий ефект виражається кількістю і якістю послуг, які надала безпосередньо сама невиробнича сфера, непрямий - перш за все кількістю і якістю матеріальних благ, що додатково отримані за рахунок підвищення впливу цієї сфери на матеріальне виробництво. Матеріальні блага у яких втілюється непрямий ефект, - це продукція матеріального виробництва, але в її обсязі опосередковано відображаються і зусилля працівників невиробничої сфери. В методичних матеріалах цей ефект витрат у невиробничій сфері називається також супутнім.

Якщо мова йде не про всю невиробничу сферу, а про окрему її галузь, непрямий (супутній) ефект витрат на розвиток цієї галузі часом виражається не тільки в прирості продукції матеріального виробництва, але й у збільшенні обсягу послуг інших невиробничих галузей. Наприклад, розвиток освіти, забезпечуючи наповнення всіх ланок народного господарства висококваліфікованими кадрами, сприяє підвищенню результативності роботи не тільки підприємств промисловості, сільського господарства, будівництва і та ін., але й організацій охорони здоров'я, науки, культури, житлово-комунального господарства, побутового обслуговування тощо. Однак найбільше значення як правило має ефект, що досягається у сфері матеріального виробництва. Як правило, його доцільно вимірювати приростом національного доходу або продуктивності праці, отриманими за рахунок удосконалення виробництва на базі використання результатів невиробничої сфери.

Отже, безпосередній ефект витрат у галузі чи ланці невиробничої сфери полягає в задоволенні конкретних потреб в їх послугах. Непрямий (супутній) ефект

виражає вплив цієї галузі або ланки на розвиток інших ланок економіки. Безпосередній ефект залежить виключно від її власної роботи. На відміну від нього на непрямий ефект впливає не тільки праця робітників невиробничих галузей, але й діяльність споживачів послуг.

Наприклад, непрямий ефект витрат на освіту складається, умовно кажучи, в три етапи.

Перший етап - це процес праці працівників освіти, результатом якого стає безпосередній ефект (він втілюється у наданих послугах).

Другий етап - це процес засвоєння знань і навичок тими хто навчається, третій - процес використання цих знань і навичок безпосередньо на виробництві.

Перші два етапи частково співпадають у часі, третій, як правило, починається після того, як навчання вже закінчене.

Для досягнення високого ефекту необхідно, щоб усі три етапи відбувалися найбільш раціонально.

Аналогічні етапи можна виділити у формуванні ефекту витрат на наукові дослідження.

Перший етап – саме дослідження, яке завершується досягненням безпосереднього ефекту (в даному випадку він полягає в прирості знань).

Другий етап – впровадження наукового досягнення у виробництво, наприклад створення нового обладнання тощо.

І на кінець, третій етап – використання нового обладнання що підвищує продуктивність праці і таким чином сприяє отриманню непрямого ефекту. На цьому етапі, як правило, досягається швидка окупність витрат, що були зроблені на двох попередніх.

Отже, непрямий ефект визначається, по-перше, досягненням безпосереднього ефекту у ході надання послуг, по-друге, забезпеченням на цій основі якісного удосконалення робочої сили і засобів виробництва і, по-третє, раціональним використанням останніх у сфері матеріального виробництва. Тому, виключно велике значення має узгодженість і тісна взаємодія в розвитку обох сфер народного господарства, врахування можливостей і інтересів виробничої сфери при визначенні темпів і пропорцій зростання невиробничої сфери.

Сучасні особливості розвитку сфери послуг по країнах можна звести до трьох типових моделей.

Німецька модель характеризується:

1. Високим рівнем заробітної плати, в тому числі і в сфері послуг, що обумовлює їх відносну дорожнечу.

2. Схильністю населення до самообслуговування, внаслідок і традиційної привабливості для населення домашньої праці, великою часткою непрацюючих жінок, дорожнечею послуг.

3. Великою часткою виробничих послуг, що включаються статистикою в сферу виробництва, зменшуючи цим кількість зайнятих у сфері "чистих" споживчих послуг.

Сфера послуг в Німеччині має більш високий рівень механізації внаслідок поділу праці, більш високі ціни, меншу схильність населення до споживання послуг.

Шведська модель відрізняється:

1. Високою часткою державних послуг (фінанси, соціальна політика).

2. Переважанням комунальних (безкоштовних) послуг над приватними: безкоштовна освіта, охорона здоров'я.

3. Великими податками, що скорочують сімейні доходи і створюють цим додаткову потребу в праці жінок і відносно високу зайнятість.

4. Значною часткою жінок у сфері послуг.

Американська модель має такі особливості:

1. Високу схильність населення до послуг, що пояснюється великою завантаженістю на роботі, необхідністю економити час, психологічною схильністю до споживання.

2. Розвиненість і надзвичайне різноманіття сфери послуг.

3. Індивідуальний характер виробництва послуг.

Місце та роль сфери послуг в економіці визначається наступним:

- рівень її розвитку є одним з найважливіших показників економічного розвитку держави;

- завдяки спеціалізації відокремившись від матеріального виробництва невиробничих функцій досягається чимала економія суспільної праці та забезпечується зростання продуктивності суспільної праці;

- впливає на раціональне використання вільного часу.

Ця сфера надає послуги, які впливають на риси особи, бере участь у створенні об'єктивних передумов для відновлення відтворювального процесу.

2. Результати та показники діяльності сфери послуг

Основну функцію праці у цій сфері становлять вплив на людину, суспільну свідомість і відносини між людьми. Тому, соціальний аспект ефективності у цій сфері має особливе значення. Соціальний ефект витрат у невиробничій сфері втілюється у фізичному і духовному вдосконаленні особистості, розвиткові суспільних відносин тощо. Прикладами досягнення соціального ефекту можуть слугувати позитивні зрушення у стані здоров'я, освітньому і культурному рівні населення, збільшення вільного часу та його раціональне використання тощо. Іншими словами, соціальний ефект знаходить вираження в якостях особистості і рисах суспільного життя, що змінюються під впливом діяльності працівників невиробничої сфери.

Особливості даної сфери зумовлені також і особливостями праці галузей, які її утворюють.

Специфіка послуг, як результату праці полягає в тому, що:

- послуга не існує до її надання;
- послугі притаманний значний ступінь невизначеності, що ставить клієнта у не вигідне становище;
- послуги невідчутні. Їх неможливо спробувати, зберігати, упаковувати. Як наслідок – підприємці наголошують на символах, які асоціюються з фірмою, що налає їх;
- послуги є невіддільними – вони створюються і споживаються одночасно. Це означає, що коли послуга надається вперше, помилки є неприпустимими. В іншому випадку буде дуже важко повернути незадоволеного клієнта;
- послуги неможливо зберігати. Якщо квиток на концерт (виставу, спортивний матч) залишається непроданим, то він втрачається назавжди; послуги не є постійними. Їх якість може змінюватись через кваліфікацію працівників, відсутність конкуренції тощо;
- матеріальний і нематеріальний прояв складових послуг;
- численні та різноманітні джерела формування послуг;
- комплексність і складність взаємозв'язку елементів пропозиції;
- компліментарність і субституційність послуг;
- інформаційна насиченість пропозиції послуг;
- спеціалізація послуг підприємств галузі за видами їх економічної діяльності;

- різноманіття, унікальність і неповторність якості послуг;
- невідчутність пропозиції до експорту й імпорту послуг;
- залежить від стадії життєвого циклу послуги і підприємства;
- залежність пропозиції від: іміджу продукту, стійкості підприємства; властивостей особистості, її ставлення до цінності та мотивація до отримання послуги; якості, обсягу й активності реклами;
- висока еластичність пропозиції від професійних якостей персоналу суб'єктів надання послуг;
- висока еластичність якості пропозиції від ступеня впровадження науково-технічних досягнень і принципів сталого розвитку та інші.

Послуги невиробничої сфери не тотожні соціальному ефекту, що досягається з їх допомогою. Наприклад, соціальний ефект у вигляді зміцнення здоров'я і збільшення середньої тривалості життя може досягатися за рахунок збільшення обсягів і підвищення якості медичних послуг, але при цьому суттєве значення мають і інші фактори, а саме: умови праці і побуту людей.

Соціальний ефект, а значить, і соціальну ефективність, як правило, неможливо безпосередньо визначити за допомогою показників, що базуються на грошовій оцінці результатів праці у невиробничій сфері. Такі показники придатні для визначення прямого і непрямого економічних ефектів. Економічний ефект знаходить вираз у послугах невиробничої сфери, додатково вироблених матеріальних благах, а також економії ресурсів, скороченні витрат.

Прагнення забезпечити найбільш високі показники економічного ефекту, який частіше за все оцінюється обсягом наданих послуг, виручкою підприємства чи прибутком, що воно отримує, підчас не узгоджується із метою досягнення найбільших соціальних результатів. Це не означає однак, що вимоги підвищення економічної та соціальної ефективності принципово не сумісні. Неузгодженість частіше за все виникає тому, що ціни на послуги високого соціального значення свідомо утримуються на нижчому рівні, що призводить до заниження грошової оцінки таких послуг. Якщо ж у повній мірі врахувати суспільно необхідні витрати і прийняти до уваги, що високій якості послуг повинна, як правило, відповідати висока грошова оцінка, то показники економічної ефективності здатні в значній мірі відобразити й тенденції соціальної. Адже якість послуг - це в першу чергу їх здатність задовольняти соціально значущі потреби людини.

Поняття економічної та соціальної ефективності можуть бути застосовані до будь-якої з галузей даної сфери. Разом із тим в окремих галузях

використовуються специфічні критерії ефективності, що пов'язані з конкретним змістом трудових процесів. Так, у охороні здоров'я використовується поняття медичної ефективності, в освіті - педагогічної і т.п. З точки зору цих критеріїв можна судити про успішність виконання галуззю чи ланкою невиробничої сфери притаманних їм особливих функцій, тоді як критерії економічної та соціальної ефективності характеризують результативність їх роботи з позицій соціально-економічного розвитку в цілому.

Найпростіший спосіб оцінки результатів праці у невиробничих галузях базується на використанні натуральних вимірювачів, які безпосередньо характеризують корисний ефект як такий (кількість перевезених пасажирів, чисельність клієнтів, кількість виконаних ремонтів тощо).

Натуральні показники обсягу наданих послуг диференційовані по галузям залежно від їх функціонального призначення, що унеможлиблює їх співставлення між собою.

Що стосується вартісних вимірювачів, то у цій сфері вартість не створюється, суспільно-потрібні затрати праці не формуються, а отже, процес створення й надання послуг має ярко виражений індивідуальний характер. Тим не менш грошова оцінка таких благ є можливою або на основі індивідуальних витрат, або на основі фактичної ціни реалізації, яка формується під впливом попиту та пропозиції.

Така оцінка не має прямого відношення до вартості та є умовною. Але вона виправдана, оскільки дає можливість порівняти між собою різноманітні споживчі блага на основі втіленої в них праці.

Найважливішими вартісними показниками, що використовуються для характеристики стану невиробничої сфери та споживчого ринку, є: загальний обсяг споживаних населенням послуг та обсяги послуг, що надаються кожною галуззю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Власова Н.О., Краснокутська Н.С. та ін. Економіка ресторанного господарства: навч. посібник. – Х.: Світ книг, 2013.
2. Власова Н.О., Чорна М.В. та ін. Економіка торгівлі: навч. посібник. – Х.: Світ Книг, 2015. – 473 с.
3. Світовий ринок товарів та послуг [Текст] : підручник у 2-х ч. / за заг. ред. А. А. Мазаракі. – Х.: Ранок, 2011. - Ч. 2. – 240 с.
4. Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности (МСОК) / Организация Объединенных Наций. – Четвертый пересмотренный вариант. – Нью-Йорк, 2009. – 353 с.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>
6. Офіційний сайт Харківської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kharkivoda.ua>
7. Офіційний сайт Державного комітету статистики Харківської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uprstat.kharkov.ukrtel.net>.
8. Класифікація видів економічної діяльності (ДК 009:2010) [Електронний ресурс] : Наказ Держспоживстандарту України від 11 жовт. 2010 р. № 457. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN19567.html
9. Класифікація інституційних секторів економіки України [Електронний ресурс] : Наказ Держкомстату від 18 квіт. 2005 р. № 96. – Режим доступу : <http://www.kapitalizator.com/natsionalni-derzhavni-statystychniklasyfikatsiyi-klasyfikatory>.

Навчальне видання

Укладачі

СМОЛЬНЯКОВА НАТАЛІЯ МИКОЛАЇВНА

ВОЛОСОВ АНАТОЛІЙ МИХАЙЛОВИЧ

**«ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ТА
СФЕРИ ПОСЛУГ»**

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ З ДИСЦИПЛІНИ

для здобувачів вищої освіти за спеціальністю

051 Економіка підприємства,

спеціалізації Економіка підприємства

Авторська редакція

Підп. до друку 14.04. 2019 р. Формат 60 x 84^{1/16}. Папір газет. Друк офсет.

Умов. друк. арк. 1,7 Тираж 50 прим. Замов. № 104-19

Надруковано ТОВ «Видавництво «Форт»
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців
ДК №333 від 09.02.2001р.
61023, м. Харків, а/с 10325. Тел. (057)714-09-08