

Міністерство освіти і науки України
Відокремлений структурний підрозділ
«Любешівський технічний фаховий коледж
Луцького національного технічного університету»



Основи підприємництва

Конспект лекцій

для здобувачів освітньо-кваліфікаційного рівня кваліфікований робітник

за професіями:

5122 Кухар

7412 Кондитер



Любешів 2023

УДК 330 (07)
С 87

До друку

Голова методичної ради ВСП «Любешівський ТФК ЛНТУ»
_____ Герасимик-Чернова Т.П.

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій коледжу
Бібліотекар _____ М.М. Демих

Затверджено методичною радою ВСП «Любешівський ТФК ЛНТУ»
протокол № _____ від «___» _____ 2023 р.

Рекомендовано до видання на засіданні циклової методичної комісії викладачів дисциплін
економічного спрямування
протокол № _____ від «___» _____ 2023 р.
Голова циклової методичної комісії _____ Матюк Л.В.,

Укладачі: _____ Ж.О. Струк, викладач; Л.В. Матюк, викладач.

Рецензент: _____

Відповідальний за випуск: _____ Матюк Л.В., викладач вищої категорії, голова циклової
методичної комісії викладачів дисциплін економічного спрямування.

Основи підприємництва [Текст]: конспект лекцій для здобувачів освітньо-кваліфікаційного
рівня кваліфікований робітник за професіями 5122 Кухар 7412 Кондитер денної форми
навчання / уклад. Ж.О. Струк., Л.В. Матюк. – Любешів: ВСП «Любешівський ТФК ЛНТУ»,
2023. – 55 с.

Методичне видання складене відповідно до діючої програми курсу «Основи
підприємництва» з метою вивчення та засвоєння основних розділів дисципліни, містить
контрольні питання та онлайн-тестування до кожної з тем і перелік рекомендованої
літератури.

©Струк Ж.О., Матюк Л.В., 2023

Зміст

Вступ.....	4
Тема 1. Економічна наука та її роль у розвитку громадського харчування в Україні.....	5
1. Сутність економіки.....	5
1.1. Предмет економічної науки.....	5
1.2. Виробництво та його фактори.....	8
2. Економічні потреби та ефективне використання обмежених ресурсів у сфері ресторанного господарства.....	11
Тема 2. Економічні системи.....	14
1. Сутність економічної системи та права власності в економіці.....	14
1.1. Сутність та основні компоненти економічної системи.....	14
1.2. Права власності в економіці.....	17
2. Характеристика типів економічних систем.....	20
2.1. Порівняльна характеристика ринкової та адміністративно-командної економіки.....	20
2.2. Вплив зміни економічної системи на розвиток ресторанного господарства в Україні.....	23
Тема 3. Ринкова економіка та її функціонування.....	25
1. Основи ринкової економіки.....	25
1.1. Принципи, на яких базується ринкова економіка.....	25
1.2. Поняття попиту та пропозиції.....	27
2. Ринкова ціна.....	31
3. Суть конкуренції, її види та методи.....	36
4. Види та інфраструктура ринку.....	40
Тема 4. Підприємництво у сфері ресторанного господарства на сучасному етапі.....	43
1. Сутність, функції та мета підприємницької діяльності.....	43
2. Умови розвитку підприємництва в Україні.....	48
3. Види підприємництва у сфері ресторанного господарства.....	51
Список рекомендованої літератури:.....	54

Вступ.

Визначальна особливість сучасності полягає в тому, що світ перейшов у XXI століття, в якому мають відбутися нові трансформації у соціально-економічному розвитку суспільства, подальший поступ у галузі науки, техніки, технології, інформації. Усі ці процеси органічно поєднані з економікою, яка набуває нової якісної основи — інноваційно-інформаційної.

Опанування основ підприємництва необхідно для формування сучасного економічного мислення, підготовки фахівців нового покоління.

Основна мета вивчення курсу «Основи підприємництва»:

- ❖ оволодіння основними розділами галузевої економіки, методами організації ефективного господарювання на рівні первинної ланки суспільного виробництва – підприємства;
- ❖ набуття необхідної сукупності теоретичних знань з управління ринковою економікою на сучасному етапі її розвитку.

Необхідність вивчення курсу є обов'язковою для підготовки кваліфікованих конкурентоспроможних робітників за професіями:

5122 Кухар;

7412 Кондитер.

Значення економічної науки для кваліфікованого робітника:

- 1) сприяє раціональній поведінці у сфері споживання, доцільному використанню індивідуальних заощаджень;
- 2) сприяє вмінню орієнтуватись у сфері бізнесу;
- 3) допомагає прийняти правильні рішення при виборі сфери діяльності.



Тема 1. Економічна наука та її роль у розвитку громадського харчування в Україні.

1. Сутність економіки.

1.1. Предмет економічної науки.

1.2. Виробництво та його фактори.

2. Економічні потреби та ефективне використання обмежених ресурсів у сфері ресторанного господарства.

1. Сутність економіки.

1.1. Предмет економічної науки.

У загальному визначенні до економіки відносять усе те, що створено і використовується людиною для забезпечення життя, отримання засобів існування.

Сутність терміну «економіка» зображена на рис. 1.1.

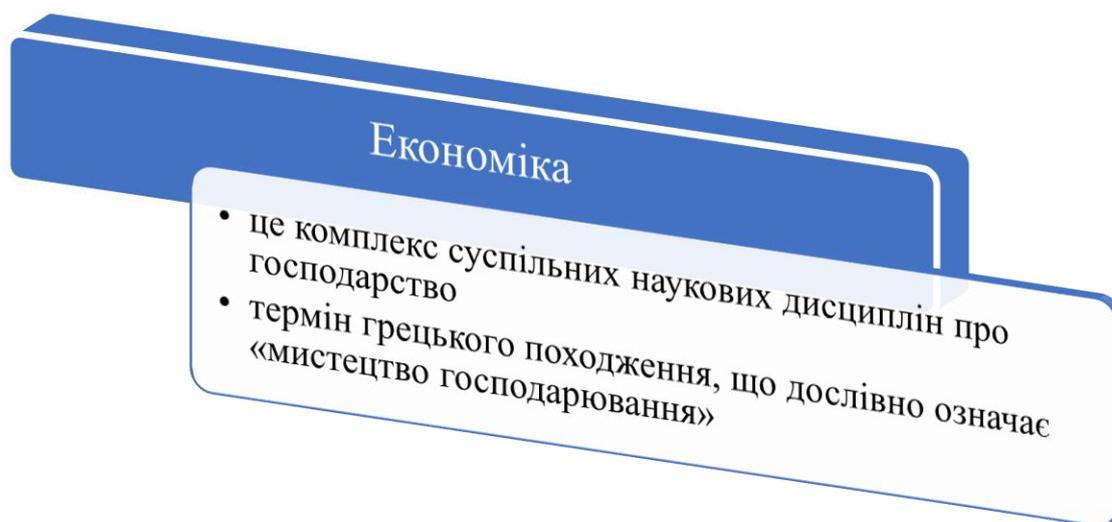


Рис. 1.1. Сутність терміну «економіка»

Отже, економіка - це наука про основи господарювання.

Слово «економіка» введено у вжиток давньогрецькими філософами Ксенофонтom і Аристотелем. Два грецьких слова «екос» (домашнє господарство) і «номос» (закон) об'єднані в одне «економікос», яке пізніше трансформувалось в «економіку».

Уже стародавні греки розуміли, що вести господарство треба економно, раціонально, дотримуючись певних законів і правил.

Економічні знання потрібні у житті людини та у житті суспільства в цілому (рис. 1.2).

Економічні знання потрібні у житті людини:	Економічні знання потрібні у житті суспільства:
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> для розширення можливостей у виборі майбутньої професії та роботи	<input type="checkbox"/> для забезпечення гідного рівня життя, побудови економічно сильної держави
<input type="checkbox"/> для забезпечення свого добробуту і впевненості у завтрашньому дні	<input type="checkbox"/> для досягнення соціальної і політичної стабільності, рівноправної взаємодії з іншими країнами
<input type="checkbox"/> для втілення своєї мрії	
<input type="checkbox"/> для розуміння суспільних явищ, що відбуваються в житті країни та світу	

Рис. 1.2. Економічні знання у житті людини та у житті суспільства

На рис. 1.3 зображені основні визначення, які найчастіше зустрічаються при вивченні предмету «Основи галузевої економіки та підприємництва».

Робоча сила
• сукупність фізичних та розумових здібностей людини
Праця
• продуктивна діяльність людини для створення корисних продуктів
Предмети праці
• те, на що спрямована діяльність людини (первинні продукти взяті з природного середовища, продукти, які підлягають подальшій переробці)
Засоби праці
• все те, за допомогою чого людина діє на предмети праці (інструмент, обладнання, комп'ютери, виробничі будівлі тощо)
Виробництво
• це процес створення матеріальних життєвих благ та послуг, призначених для задоволення індивідуальних і колективних потреб, тобто потреб необхідних для існування і розвитку суспільства

Рис. 1.3. Основні визначення

Господарський комплекс має певну структуру, що передбачає наявність складових частин і зв'язків між ними (рис.1.4).

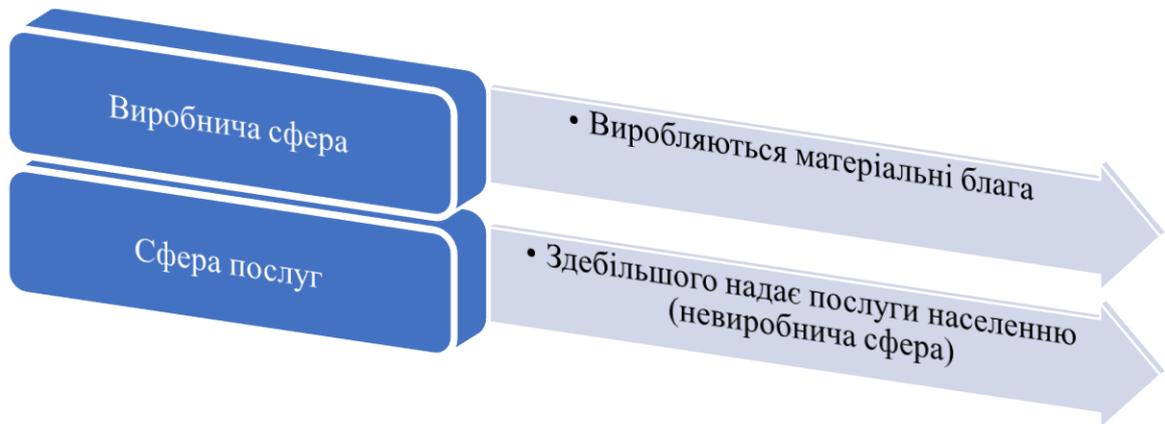


Рис. 1.4. Сфери господарського комплексу України

Ці сфери, у свою чергу, поділяють на галузі національного господарського комплексу, під якими розуміють сукупність підприємств і установ, що задовольняють однорідні потреби суспільства (промисловість — у промисловій продукції, транспорт — у переміщенні вантажів і перевезенні населення, освіта — у наданні освітніх послуг тощо). Кожна галузь займається певним видом економічної діяльності. Так, сільське господарство — рослинництвом і тваринництвом, будівельна галузь — будівництвом цивільних та промислових об'єктів.

На рис. 1.5 зображені провідні галузі, що входять до виробничої сфери.



Рис. 1.5. Провідні галузі, що входять до виробничої сфери.

Сферу послуг за значенням у житті суспільства можна поділити на дві важливі групи галузей (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Дві важливі групи галузей сфери послуг (невиробничої сфери)

Обидві сфери (невиробнича і виробнича), як і окремі галузі, впливають одна на одну, формуючи галузеву структуру національного господарського комплексу. Так, для промисловості потрібні кваліфіковані фахівці, яких готують заклади освіти, наукові розробки науково-дослідних інститутів.

1.2. Виробництво та його фактори.

Основним засобом задоволення потреб людини є виробництво. Основна мета виробництва – задоволення споживчих благ. Усі потреби прямо або опосередковано залежать від виробництва.

У процесі виробництва люди вступають між собою у відносини, які називають виробничими відносинами.

Виробництво - це процес створення матеріальних життєвих благ та послуг, призначених для задоволення індивідуальних і колективних потреб, тобто потреб необхідних для існування і розвитку суспільства.

Суспільне виробництво складається із чотирьох фаз. Послідовні фази суспільного виробництва зображені на рис. 1.7.

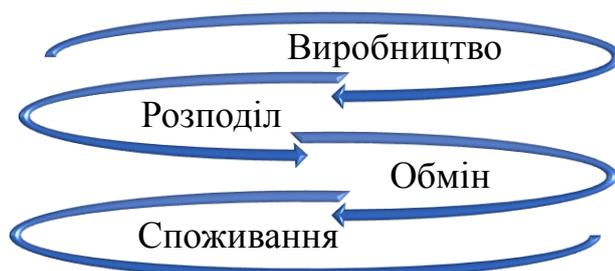


Рис. 1.7. Фази суспільного виробництва

У структурі виробництва виділяються матеріальна і нематеріальна складові.

Визначальна роль матеріального виробництва у розвитку суспільства:

- ❖ по-перше, це умова існування самого суспільства, оскільки забезпечує його необхідними матеріальними благами;
- ❖ по-друге, матеріальне виробництво є основою для оснащення усіх галузей господарства засобами праці, сировиною, паливом та іншими необхідними для їхнього функціонування ресурсами;
- ❖ по-третє, у матеріальному виробництві створюється більша частина багатства суспільства, той сукупний національний продукт, який дає змогу утримувати:
 - працівників матеріальної сфери,
 - працівників нематеріальної сфери,
 - невиробничу сферу,
 - непрацездатну частину населення.

Структуру виробництва можна розглядати також з позиції того, що одні види виробничої діяльності є похідними від інших. Відповідно до цього виділяють три види виробництв (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Види виробничої діяльності

Вид	Опис
Первинне	базується на привласненні готових природних ресурсів (сільське господарство, лісництво, рибальство)
Вторинне	ґрунтується на первинному; воно охоплює галузі обробної промисловості, що створюють засоби виробництва та продукти споживання, а також будівництво
Третинне	створення різноманітних послуг, які обслуговують виробництво й особисті потреби

Основні причини виробничої діяльності та умови, в яких відбувається створення економічного продукту, називають факторами виробництва. Вони є в

певному сенсі рушійними силами виробництва, складовою частиною виробничого потенціалу.

У найпростішому випадку під факторами виробництва розуміють тріаду «праця, земля, капітал», яка втілює в собі трудові і природні ресурси, які беруть участь у створенні продукту.

Основні фактори виробництва зображені на рис. 1.8.



Рис. 1.8. Основні фактори виробництва

Кожен з головних виробничих факторів створює певний вид доходу:

- ❖ праці відповідає заробітна плата;
- ❖ землі – рента;
- ❖ капіталу – відсоток;
- ❖ підприємству – прибуток.



2. Економічні потреби та ефективне використання обмежених ресурсів у сфері ресторанного господарства.

Потреби – мотив людини, що спонукує його до діяльності. Визначальними серед них є економічні потреби.

Людина повинна задовольнити в першу чергу такі першочергові потреби: в їжі, одязі, житлі, культурні, духовні й ін.

Потреби зароджуються у формі об'єктивної мети, конкретної мети людини.

Економічні потреби – це ідеальний внутрішній мотив людини, що спонукує її до економічної діяльності з метою забезпечення власного добробуту й добробуту членів своєї родини.

Економічні потреби тісно пов'язані з виробництвом, обміном, споживанням.

Необхідність задоволення економічних потреб спонукує виробництво створювати необхідні життєві блага. У свою чергу, виробництво, створюючи нові товари й послуги, стимулює розвиток потреб людини.

По ступені задоволення потреб їх поділяють на два види (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2

Класифікація економічних потреб

Назва	Визначення
Абсолютні	Максимально можливий обсяг виробництва матеріальних благ і послуг при найбільш сприятливих умовах, які могли б бути спожиті суспільством.
Реальні	Задовольняються при оптимальних розмірах виробництва, при незначній завантаженості виробничих потужностей і армії безробітних.
Фактичні	Виступають у формі реального платоспроможного попиту; визначаються співвідношеннями цін на предмети споживання й грошових доходів населення.

Існує й інша класифікація потреб (рис. 1.9).



Рис. 1.9. Класифікація потреб

Економічні потреби можна згрупувати (рис. 1.10).

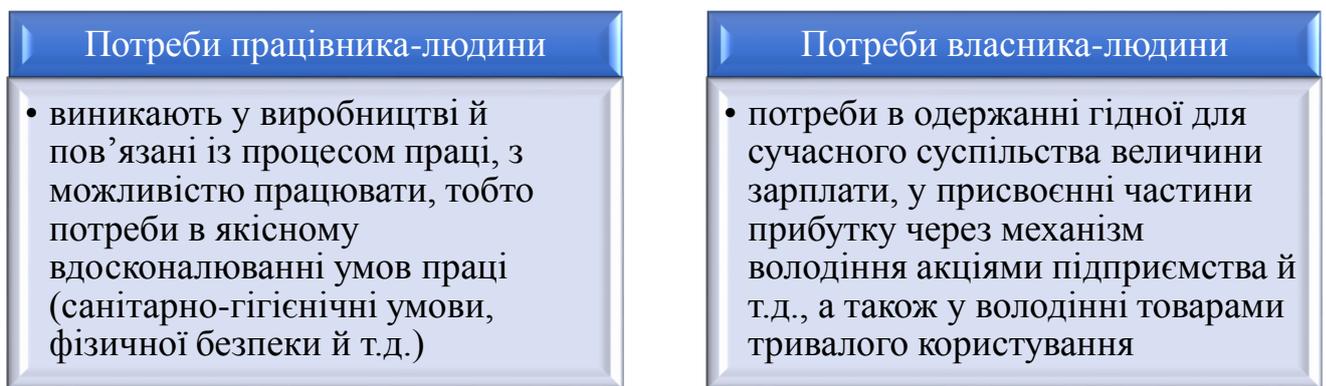


Рис. 1.10. Групування економічних потреб

Ресторанне господарство є однією з форм розподілу матеріальних благ між членами суспільства і сприяє раціональному використанню харчових ресурсів країни. Оскільки ресторанне господарство надає платні послуги, тому воно тісно пов'язане з розвитком всієї економіки держави і є вирішенням важливих соціальних проблем.

Метою ресторанного господарства є повне задоволення постійно зростаючих матеріальних та духовних потреб населення.

Ефективність діяльності являє собою комплексне відображення кінцевих результатів використання всіх ресурсів виробництва за визначений проміжок часу. За допомогою визначення ефективності діяльності підприємства ресторанного господарства можна побачити чи доцільно підприємство використовує отримані ресурси, чи якісно надаються послуги, чи повністю задоволені споживачі ними. З економічної сторони рахується правильність використання ресурсів, різниця між прибутком і затратами, доцільність роботи підприємства.

Фактори, які формують ефективність діяльності підприємства ресторанного господарства зображені [1, с. 124] на рис. 1.11.



Рис. 1.11. Фактори, які формують ефективність діяльності підприємства ресторанного господарства

Для того, щоб ефективно використовувати виробничі ресурси на підприємствах ресторанного господарства, необхідно створювати графік виходу працівників на роботу, враховуючи зайнятість закладу в той чи інший день. Можна використовувати різні графіки, але потрібно надавати працівникам однакову кількість годин для роботи, щоб поставити їх в однакові умови.

Для того, щоб ефективно використовувати сировинні ресурси, необхідно замовляти та використовувати саме ту кількість сировини, яка необхідна для приготування певної страви, потрібно перераховувати затрати сировини залежно від сезонності.

Контрольні питання:

1. Охарактеризуйте зміст терміну «економіка».
2. Що таке робоча сила?
3. Що таке праця?
4. Що таке виробництво?
5. Що таке економічні потреби?

Онлайн-тестування:



<https://vseosvita.ua/test/start/gfm421>



Тема 2. Економічні системи.

1. Сутність економічної системи та права власності в економіці.

1.1. Сутність та основні компоненти економічної системи.

1.2. Права власності в економіці.

2. Характеристика типів економічних систем.

2.1. Порівняльна характеристика ринкової та адміністративно-командної економіки.

2.2. Вплив зміни економічної системи на розвиток ресторанного господарства в Україні.

1. Сутність економічної системи та права власності в економіці.

1.1. Сутність та основні компоненти економічної системи.

Економічна діяльність суспільства певним чином організована.

Спосіб цієї організації називають економічною системою (рис. 2.1).

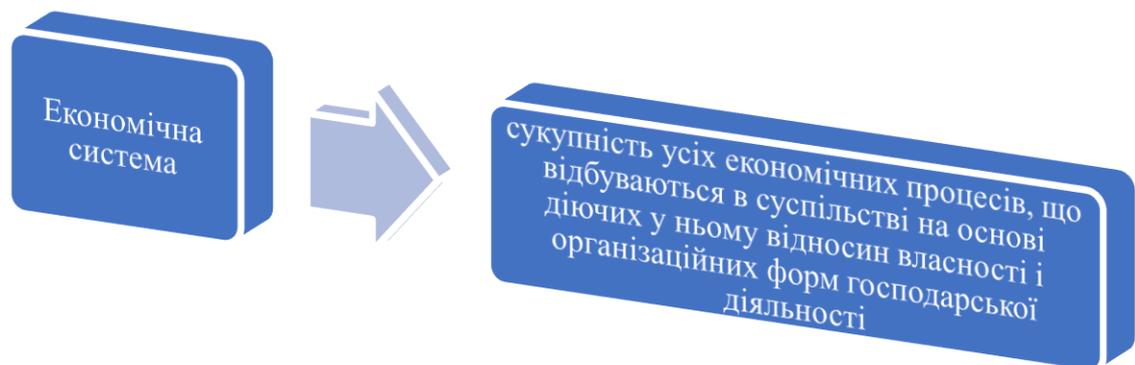


Рис. 2.1. Економічна система

Сучасна економічна теорія визначає два критерії приналежності до певного типу економічної системи (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Основні критерії приналежності до певного типу економічної системи.

За цими критеріями виділяють різні типи економічних систем (табл. 2.1).

Типи економічних систем та їх характеристика

Найменування	Характеристика
Традиційна економіка	Існувала за часів феодалізму та рабовласницького ладу, в умовах, коли засобами виробництва володіла одна особа (рабовласник, феодал), обмін товарами між окремими домогосподарствами був обмеженим і мав переважно характер бартеру, кожне домогосподарство забезпечувало себе усім необхідним для життя.
Чиста ринкова економіка	Характеризується приватною власністю на засоби виробництва та економічні ресурси.
Командно-адміністративна економіка	Визнає існування лише державної власності на засоби виробництва, підприємницька ініціатива індивіда заборонена.
Змішана економіка	Характеризується поєднанням характерних рис чистого капіталізму та командно-адміністративної економіки.
Перехідна економіка	Економіка, яка знаходиться у стані докорінних змін, переходу від одного стану до іншого, від однієї до іншої економічної системи.

Економічні процеси при традиційній економіці регулювались за допомогою звичаїв, традицій, релігійних догм тощо.

В змішаній економічній системі присутні різні форми власності та два складових елементи регулювання економічних процесів: як ринкове саморегулювання так і державне втручання в економічні процеси. В залежності від їх співвідношення розрізняють змішані економіки різних типів: американську, шведську, німецьку, японську тощо.

Як правило, коли говорять про перехідну економіку, розуміють економіку переходу від командно-адміністративної до ринково орієнтованої економіки.

Основні питання (проблеми) економіки (будь-якої економічної системи) зображені на рис. 2.3.

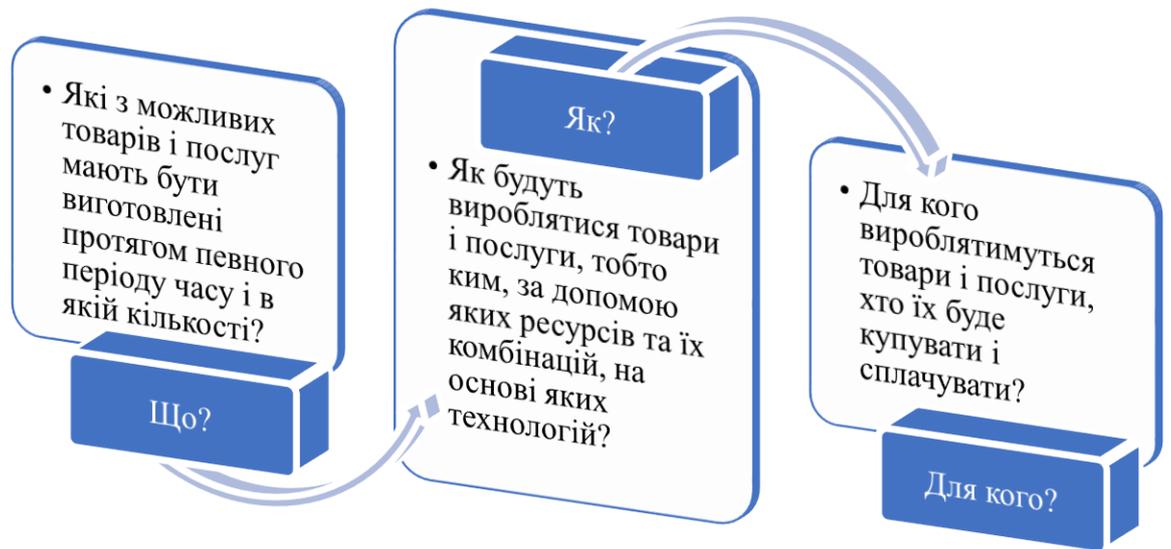


Рис. 2.3. Основні питання (проблеми) економіки

В будь-якій економічній системі є структурні елементи (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Структурні елементи будь-якої економічної системи

Найменування	Опис
Продуктивні сили	включають предмети праці, засоби праці, науку, інформацію, робочу силу
Соціально-економічні відносини	ґрунтуються на певній формі власності на засоби виробництва
Техніко-економічні відносини	визначаються рівнем розвитку техніки і технології та характеризують поділ праці і взаємовідносини людей у процесі виробництва
Організаційно-економічні відносини	відносини, що стосуються встановлення ефективних форм організації економічних зв'язків
Господарський механізм	сукупність форм, методів та систем управління господарством на макрорівні на основі використання економічних законів, економічних важелів, правових норм та інституційних утворень
Тип економічних зв'язків між господарськими суб'єктами	встановлення економічних зв'язків через: систему цін і ринків; адміністративно встановлені структури; довгострокові угоди між партнерами

Ці структурні елементи у певній мірі присутні у кожній економічній системі. Їх специфіка якраз і визначає суть певного типу економічної системи.

1.2. Права власності в економіці.

Сутність власності виражається через економічну та юридичну категорії (рис. 2.4).

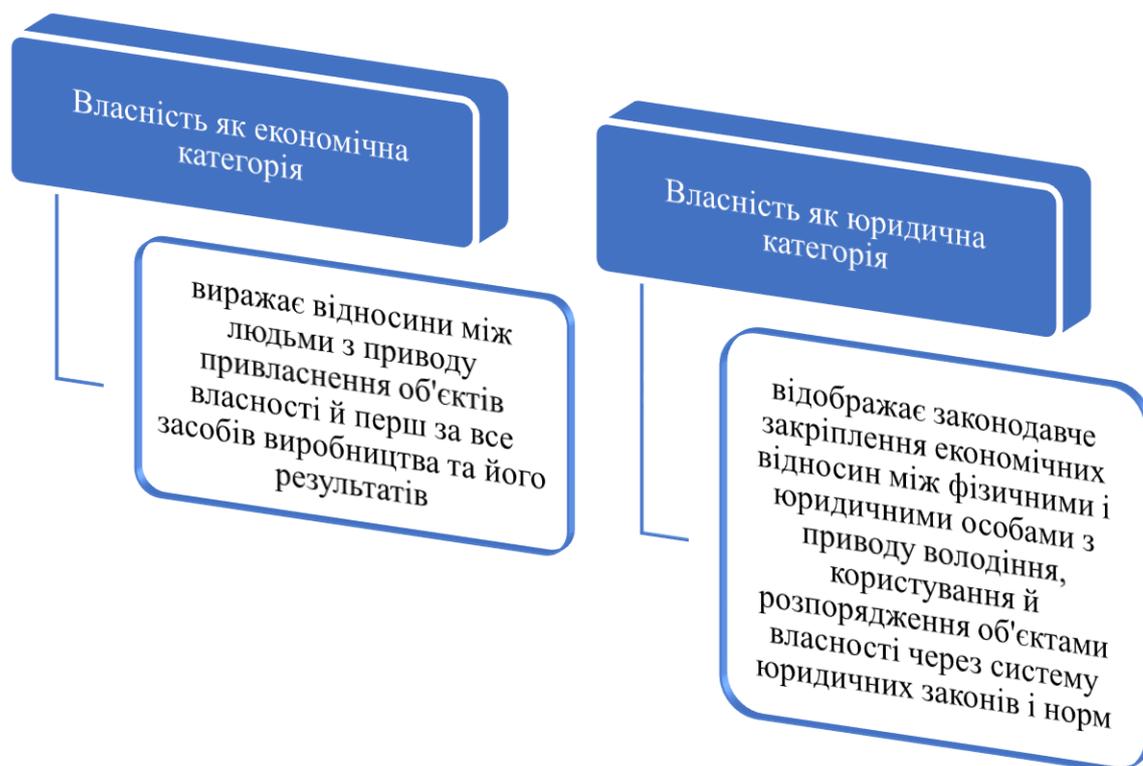


Рис. 2.4. Сутність власності

Тобто, власність виражає відносини між людьми з приводу привласнення речей.

Привласнення — процес, що виникає у результаті поєднання об'єкта і суб'єкта привласнення, тобто це конкретно-суспільний спосіб оволодіння річчю.

Відчуження — це позбавлення суб'єкта права на володіння, користування і розпорядження тим чи іншим об'єктом власності.

Привласнення і відчуження — парні категорії, які існують одночасно як єдність протилежностей.

Відносини власності є визначальними у структурі економічної системи, оскільки вони зумовлюють соціально-економічну специфіку даного суспільства (рис. 2.5).

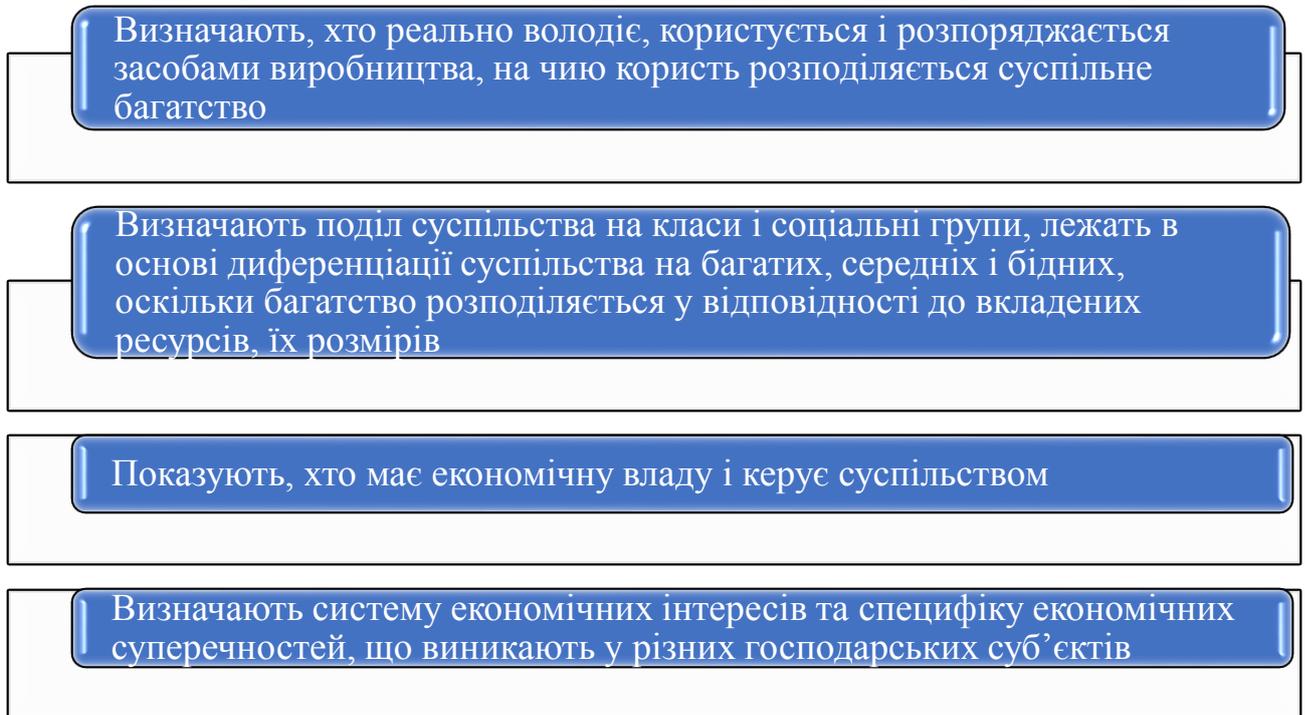


Рис. 2.5. Відносин власності у структурі економічної системи

Відносини власності виявляються через суб'єкти та об'єкти власності (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

Об'єкти та суб'єкти власності

Назва	Визначення	Приклад
Об'єкти власності	все те, що можна привласнити чи відчужити	засоби виробництва
		нерухомість
		природні ресурси
		предмети особистого споживання та домашнього вжитку
		гроші, цінні папери, дорогоцінні метали
		інтелектуальна власність
		культурні та історичні цінності
		робоча сила
Суб'єкти власності	персоніфіковані носії відносин власності	окрема особа (індивідуум)
		юридичні особи
		державна в особі органів державного управління
		декілька держав або всі держави планети

Право власності — це сукупність узаконених державою прав та норм економічних взаємовідносин фізичних і юридичних осіб, які складаються між ними з приводу привласнення й використання об'єктів власності.

Право власності визначається ще з часів римського права трьома основними правочинностями.

Це так звана тріада власності (рис. 2.6).

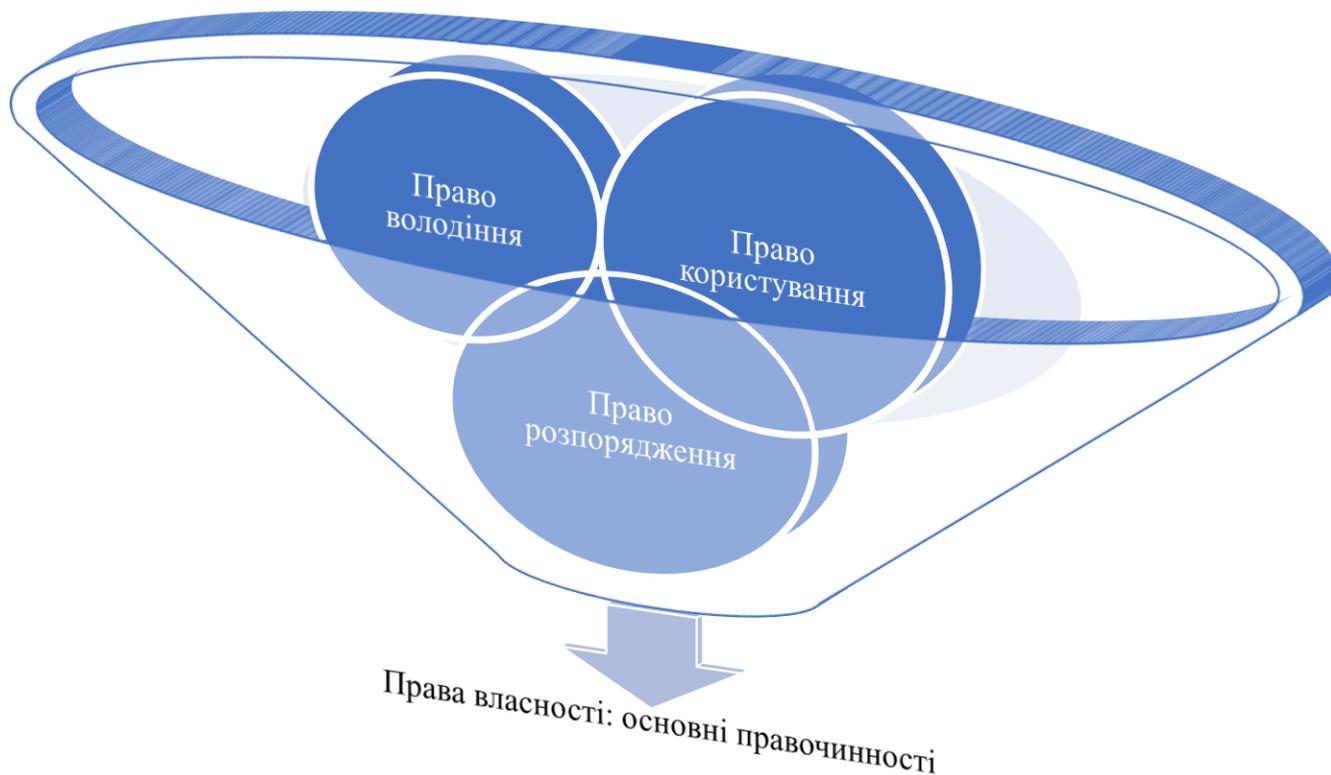


Рис. 2.6. Тріада власності

Право володіння - це забезпечена законом можливість фактичного панування над річчю, утримання її у сфері свого господарювання.

Право користування - забезпечена законом можливість власника вилучати з речі її корисні властивості відповідно до її призначення, одержувати плоди і доходи, з метою задоволення різноманітних потреб.

Право розпорядження - забезпечена законом можливість власника визначати фактичну та юридичну долю речі: передавати її іншим особам у власність чи тимчасове володіння і користування, а в деяких випадках - і в розпорядження (договір комісії).



2. Характеристика типів економічних систем.

2.1. Порівняльна характеристика ринкової та адміністративно-командної економіки.

Порівняльне визначення ринкової та адміністративно-командної економіки наведено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Визначення ринкової та адміністративно-командної економіки

Найменування	Визначення
Ринкова економіка	Господарство, в якому панує приватна форма власності, а економічна діяльність здійснюється господарюючими суб'єктами за свій рахунок і всі основні рішення приймаються ними самостійно під власну відповідальність.
Адміністративно-командна економіка	Спосіб економічної організації суспільства, за якого усі питання вирішують державні органи.

Порівняльна характеристика ринкової та адміністративно-командної економіки наведена у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Порівняльна характеристика ринкової та адміністративно-командної економіки

Характеристики економічних систем	Типи економічних систем	
	Ринкова	Адміністративно-командна
Прийняття рішень	Децентралізоване	Централізоване
Джерела заощаджень для інвестування	Особисті та корпоративні заощадження (нерозподілений прибуток)	Держава, державний сектор економіки
Координаційний механізм	Ринковий механізм	Централізоване планування та управління
Власність	Приватна	Державна
Мотивація та стимули	Особистий успіх і добробут	Ніяка або колективний успіх

Чистий капіталізм (чиста ринкова економіка) – це економічна система, в якій панує споживач, однак він є незахищеним від економічних негараздів з боку держави.

Основні відмінності у формі прояву організації господарського життя суспільства в ринковій та адміністративно-командній економічних системах зображено на рис. 2.7.

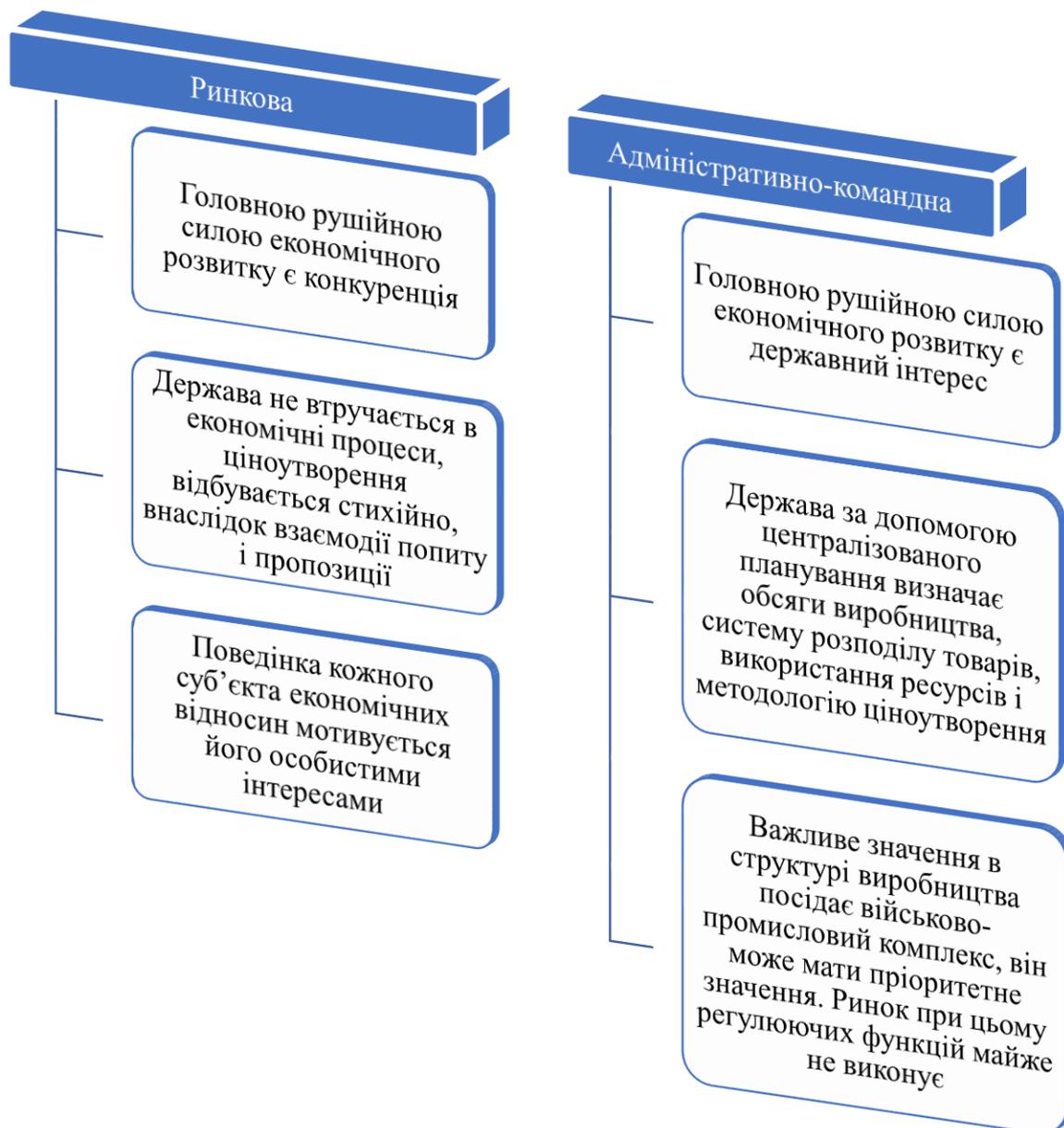


Рис. 2.7. Основні відмінності ринкової та адміністративно-командної економічної системи

Основні переваги (над адміністративно-командною економікою) та недоліки ринкової економічної системи перераховані на рис. 2.8.

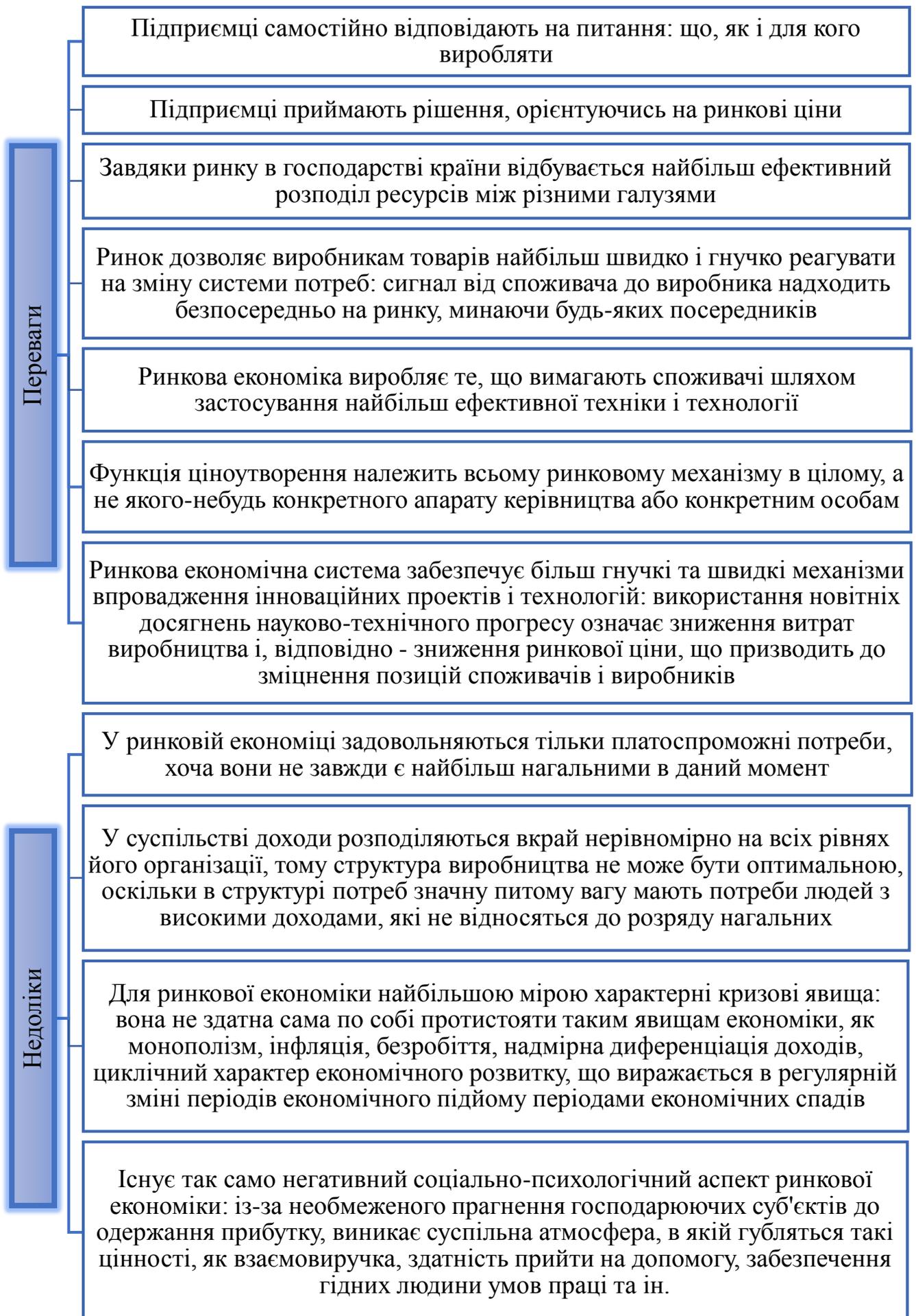


Рис. 2.8. Переваги та недоліки ринкової економічної системи

Тільки за допомогою держави вдасться нейтралізувати багато негативних наслідків ринкової економіки. Тому ринкова економіка в чистому вигляді не існує ні в одній країні.

2.2. Вплив зміни економічної системи на розвиток ресторанного господарства в Україні.

В умовах ринкової економіки виникла і успішно розвивається поряд з харчовою промисловістю і торгівлею така галузь, як ресторанне господарство, що замінює домашнє приготування їжі суспільним виробництвом з застосуванням сучасної технології і обладнання.

Ресторанне господарство уособлюється і вдосконалюється як галузь завдяки виконання нею функцій, відмінних від функцій харчової промисловості і торгівлі. Основне в ресторанному господарстві - організація виробництва і споживання їжі на науково-гігієнічних засадах. В умовах товарного виробництва ресторанному господарстві притаманні і торговельні функції. Тут торгівля органічно зв'язана з виробництвом і споживанням їжі і виступає як опосередкована ланка між ними [2].

При ринковій економіці необхідність ресторанного господарства як особливої галузі господарської діяльності викликається тим, що харчова промисловість і сільське господарство не завжди можуть виробляти продукти харчування, безпосередньо готові до вживання. Виготовлена сировина або напівфабрикати вимагають додаткового термічного доопрацювання в умовах домашнього господарства або в умовах уособленого виробництва.

По характеру своєї діяльності ресторанне господарство зв'язане зі всіма фазами розширеного відтворення: виробництвом, розподілом, обміном і споживанням.

Ресторанне господарство в Україні представлене двома соціально-економічними формами: платного харчування і безкоштовного або пільгового харчування.

Особливості соціально-економічного характеру в ресторанному господарстві зображені на рис. 2.9.



Рис. 2.9. Соціально-економічний характер в ресторанному господарстві

Україна має дуже вигідне положення на карті світу, має багато рекреаційних зон, архітектурних пам'яток тощо. Всі ці фактори сприяють розвитку туризму в Україні, а разом з тим - гостинного бізнесу.

Контрольні питання:

1. Що таке економічна система?
2. Що таке ринкова економіка?
3. Що таке право власності?
4. Назвіть переваги ринкової економіки.

Онлайн-тестування:



<https://vseosvita.ua/test/start/vrw830>



Тема 3. Ринкова економіка та її функціонування.

1. Основи ринкової економіки.

1.1. Принципи, на яких базується ринкова економіка.

1.2. Поняття попиту та пропозиції.

2. Ринкова ціна.

3. Суть конкуренції, її види та методи.

4. Види та інфраструктура ринку.

1. Основи ринкової економіки.

1.1. Принципи, на яких базується ринкова економіка.

Ринкова економіка ґрунтується на приватній власності та ціновому механізмі розв'язання основних проблем економічної організації в суспільстві.

Основні принципи ринкової економіки зображено на рис. 3.1.

Приватна власність	В ринковій економіці ресурси перебувають у власності приватних осіб та інститутів, але не уряду.
Свобода підприємництва й вибору	Свобода підприємництва означає, що власники матеріальних ресурсів і грошей можуть вільно організовувати виробництво товарів і послуг.
	Свобода вибору передбачає, що власники ресурсів і грошей використовують або реалізують їх на свій розсуд. Особа вільна обрати будь-який вид діяльності. Споживачі на свій розсуд у межах грошових доходів визначають, які товари й послуги купувати.
Особиста заінтересованість (особистий інтерес)	Кожна людина й господарська ланка намагаються робити те, що їм вигідно. Власники ресурсів намагаються продати їх або надати в користування за найвищою ціною. Фірми прагнуть отримати найбільший прибуток. Споживачі розподіляють свої доходи так, аби отримати максимальну корисність від споживання.
Конкуренція	Економічне змагання між виробниками з метою отримання доходу.
Обмежена економічна роль держави	Уряду встановлюють юридичні обмеження для використання приватної власності та здійснення індивідуального вибору.

Рис. 3.1. Принципи ринкової економіки

Ринкова економіка покладає на підприємства відповідальність за ухвалення рішень, ефективність яких перевіряється ринком.

Свобода підприємництва й вибору у ринковій економіці не абсолютна. Їх обмежує державне втручання в економіку. Держава встановлює загальні юридичні обмеження для здійснення вибору суб'єктами господарювання та використання об'єктів приватної власності. Вона, наприклад, забороняє виробництво наркотиків, небезпечне забруднення довкілля, визначає технічні умови використання автотранспорту тощо.

Завдяки значним своїм перевагам ринкова економіка потіснила всі інші економічні системи (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Основні переваги ринкової економіки

Таким чином, принципи приватної власності працюють щодо всіх матеріальних ресурсів, а вплив державних структур на ринкові відносини зводиться до мінімуму.

При цьому доступ до ринку мають всі, і немає жодних обмежень на кількість суб'єктів торгівлі.

1.2. Поняття попиту та пропозиції.

Згідно з визначенням К. Маркса, попит — це представлена на ринку потреба в товарах, а пропозиція — продукт, який перебуває на ринку або може бути доставлений на нього.

Покупці і продавці представляють свої інтереси через попит і пропозицію. Знаючи як взаємодіють ці категорії, можна завжди знаходити вигоду як від продажу, так і від покупки.

Сутність попиту зображено на рис. 3.3.



Рис. 3.3. Сутність попиту

Для задоволення потреб споживачам необхідні певні кошти. Тобто попит можна визначити як платоспроможну потребу споживачів у деяких благах. Якщо попит є неплатоспроможним, то це не попит, а всього лише бажання.

У таблиці 3.1 наведено визначення ціни та величини попиту.

Таблиця 3.1

Ціна та величина попиту

Найменування	Визначення
Ціна попиту	Максимальна ринкову ціну, за якою деякі споживачі ще згодні придбати дане благо
Величина попиту	Певна кількість блага, відповідну ціні попиту

Між ринковою ціною блага і тією його величиною, на яку є попит, завжди існує певне співвідношення, і воно є оберненим. Зворотний взаємозв'язок між ціною та величиною попиту називають законом попиту (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Закон попиту

Доказом об'єктивності такого взаємозв'язку (закону попиту) може бути аналіз наступних фактів, що наведені у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Аналіз фактів щодо об'єктивності взаємозв'язку ціни та величини попиту.

Факт	Пояснення
Здоровий глузд і елементарні спостереження повсякденної дійсності	Ціна є своєрідною «стіною», яка заважає споживачам купувати блага у необмеженій кількості. Зростання цієї «стіни» знижує можливість і бажання купувати блага.
У довільний момент часу кожна наступна одиниця певного блага приносить для споживача менше корисності ніж попередня	Наприклад, під час споживання другої пляшки напою «Кока-кола» покупець отримує значно менше задоволення від насолоди смаком і вгамування спраги, ніж під час споживання першої, третя пляшка приносить ще менше задоволення (корисності) і т. д. Закон спадної граничної корисності, який описує цю ситуацію, твердить, що всі наступні одиниці даного блага приносять все менше корисності споживачеві, тобто із збільшенням споживання гранична корисність зменшується, тому споживачі погодяться на купівлю наступних одиниць даного блага (тобто збільшать величину попиту) за умови, що ціна блага зменшуватиметься.
Ефект доходу та заміщення	Ефект доходу говорить про те, що за нижчою ціною людина може купити більше даного блага, не зменшуючи при цьому закупки інших необхідних благ. Тобто наслідки від зниження ціни можна порівняти з наслідками від підвищення рівня доходів. Ефект заміщення виражається тому, що із зниженням ціни у споживачів з'являється стимул придбати дешеві товари замість аналогічних, але дорожчих. Наприклад, при зниженні цін на яловичину багато споживачів захочуть замінити нею частину споживання свинини, купівля якої тепер виглядає не такою привабливою.

Зміна попиту відбувається під впливом нецінових факторів попиту (рис. 3.5).

Число покупців

Очевидно, що збільшення числа покупців на ринку призводить до зростання попиту, а зменшення - до спаду попиту.

Смаки споживачів

Під впливом моди, реклами та ін. факторів смаки споживачів змінюються з тією чи іншою швидкістю, що призводить до зміни попиту.

Зміна доходів споживачів

Із збільшенням доходів у споживачів виникатиме все більший попит на модний сучасний одяг, дорогі меблі (товари вищої категорії). Проте водночас із зростанням доходів споживачів знизиться попит на однокімнатні комунальні квартири, окремі продукти харчування (картопля, капуста, маргарин), ношений одяг та ін. вживані речі (товари нижчої категорії).

Зміна цін на взаємопов'язані товари

Зміна цін на товари, споживання яких певним чином пов'язане зі споживанням даного товару.

Очікування споживачів

Міркування споживачів щодо темпів інфляції в майбутньому, зміни відносної вартості товарів, наявності товарів у магазинах, зміни майбутнього доходу можуть суттєво змінювати попит на ті чи інші товари.

Рис. 3.5. Нецінові фактори попиту

Щодо передостаннього нецінового фактору, то в цій ситуації напрямок зміни попиту залежить від того, якими є спряжені (взаємопов'язані) товари: взаємозамінними чи взаємодоповнюваними (рис. 3.6).

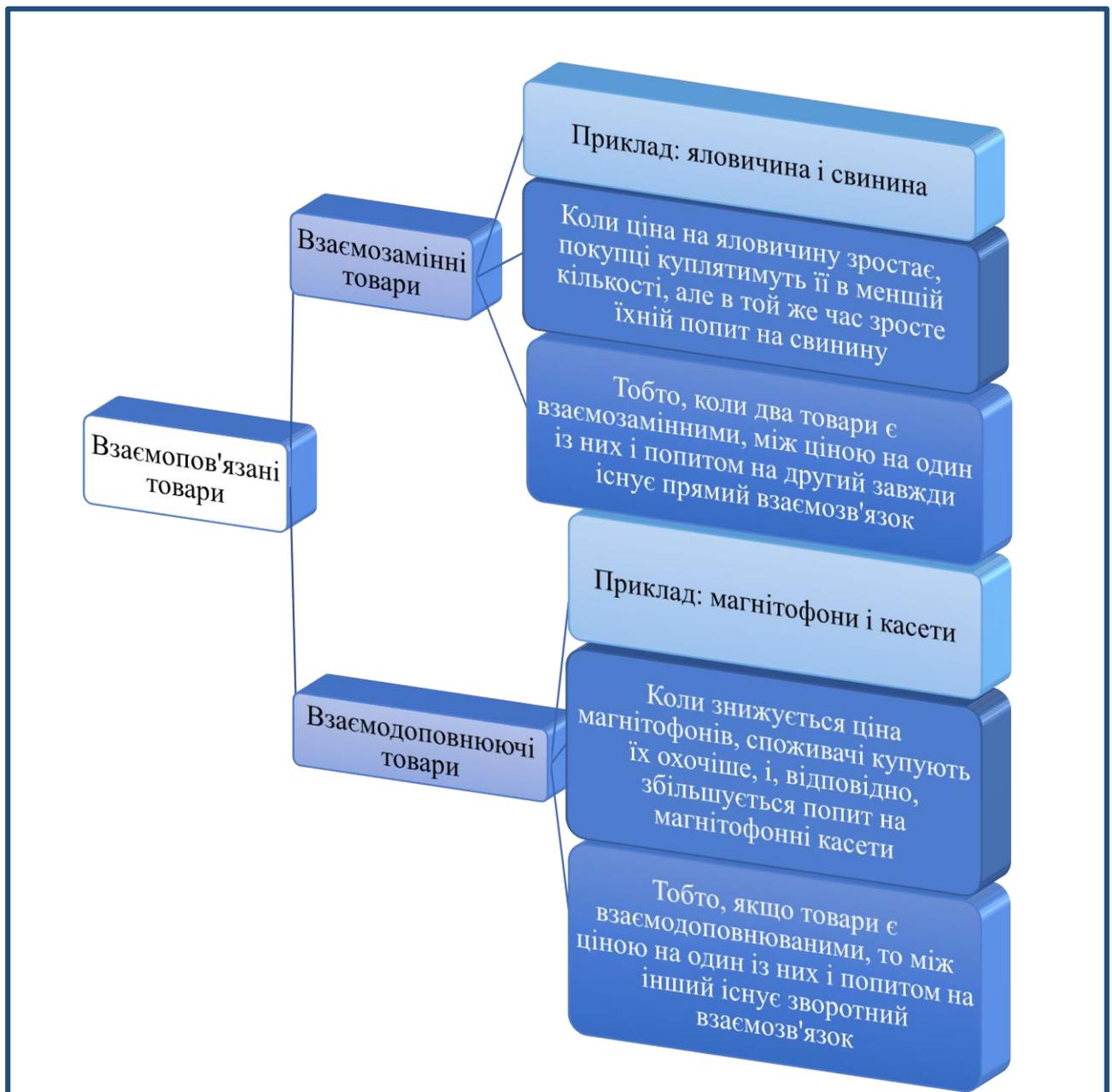


Рис. 3.6. Зміна попиту в залежності від зміни цін на взаємопов'язані товари

Отже, зміна смаків, очікувань і доходів споживачів, а також числа споживачів на ринку та цін на спряжені товари приводить до того, що споживачі за тими ж самими цінами купують більшу (або меншу), ніж раніше кількість одиниць даного товару.

Пропозиція характеризує можливість і бажання продавця (виробника) пропонувати свої товари для реалізації на ринку за певними цінами.

Закон пропозиції полягає в тому, що за інших рівних умов кількість пропонованого продавцями товару тим вище, чим вище ціна цього товару, і навпаки, чим нижче ціна, тим нижче величина його пропозиції.

Крім ціни на пропозицію впливають і нецінові фактори (таблиця 3.3).

Нецінові фактори, що впливають на пропозицію

Фактор	Приклад
Зміна витрат фірми	Зниження витрат у результаті, наприклад, технічних нововведень або зниження цін на сировину і матеріали призводить до зростання пропозиції. Навпаки, зростання витрат у результаті підвищення цін на сировину або введення додаткових податків на виробника викликає зменшення пропозиції.
Зниження податків для виробників	Сприяє стимулюванню зростання пропозиції, навпаки, зменшення субсидій з боку держави може призвести до скорочення пропозиції.
Зміна кількості фірм в галузі	Збільшення фірм в галузі призводить до збільшення пропозиції, і навпаки: зменшення фірм в галузі – до зменшення пропозиції.

Продавці та покупці на ринку поведуться по-різному. Зростання ціни товару призводить до того, що виробники та продавці товару пропонують його більшу кількість, тоді як покупці зменшують попит на цей товар після зростання його вартості. Така поведінка спричинена різними економічними інтересами покупців і продавців. Покупці бажають купити на обмежену суму грошей якомога більше товару.

Продавці, навпаки, бажають отримати за обмежений обсяг товарів, які вони пропонують, максимальну суму грошей.



2. Ринкова ціна.

Кожного дня людина має справу з різноманітними цінами, купуючи продукти харчування, одяг, взуття, предмети домашнього вжитку, тобто те, що називають споживчими товарами. Всі вони мають купівельну ціну.

Вільний ринок – це унікальна економічна система, що надає можливість суб'єктам укласти між собою різні угоди.

Продавці послуг та товарів можуть виставляти свій продукт за актуальними цінами, а також робити знижки на свій розсуд.

Ціноутворення зазвичай залежить від рівня попиту й пропозиції.

Ціна – це перетворена форма вартості, її грошовий вираз. Ціна є формою зв'язку між виробником товару і його споживачем.

Ринкова ціна – ціна, сформована під впливом попиту та пропозиції на товар в умовах конкурентного ринку.

Основним механізмом узгодження дій суб'єктів ринкової економіки є система цін, або ринковий механізм.

Рішення, які ухвалюють покупці й продавці продуктів, реалізуються через систему ринків (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Система цін і ринків

Якщо споживачі бажають більше якогось товару, наприклад, бензину для своїх автомобілів, то попит на бензин зростає; якщо нафтові компанії вважають, що їхні запаси бензину вони зменшуються, то для розподілу обмеженої пропозиції бензину підвищують ціни на нього.

Якщо деякий товар, наприклад спортивне взуття, є неходовим, продавці зменшать ціну на нього, аби продати непопулярні моделі.

Рівень ринкової ціни товару залежить від деяких факторів (рис. 3.8).



Рис. 3.8. Фактори, що впливають на рівень ринкових цін

Ціни координують рішення виробників і споживачів на ринку (рис. 3.9).

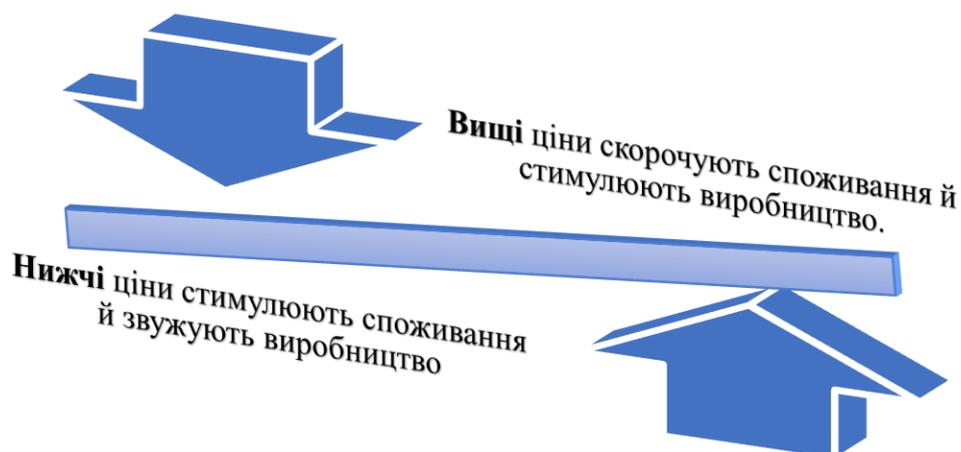


Рис. 3.9. Система координації цін на ринку

Тобто ціни є зрівноважувальним колесом у ринковому механізмі.

Ціни виконують певні функції, котрі наведені нижче (рис. 3.10).



Рис. 3.10. Функції ціни

Зв'язок між прибутком, виторгом і витратами зображено на рис. 3.11.



Рис. 3.11. Схематичне зображення прибутку

У ринковій економіці підприємства прагнуть отримати прибуток й уникнути збитків. Зрозуміло, що фірми виробляють лише ті товари і послуги, виробництво яких приносить прибуток. Ті продукти, які не приносять прибутку не вироблятимуться.

Контроль держави за цінами в ринкових умовах господарювання зумовлений наступними причинами [3]:

- ❖ В монопольних галузях господарства немає вільного ціноутворення через відсутність конкуренції. Підприємства таких галузей можуть зловживати встановленням високих, по суті монопольних цін. До таких галузей належать комунальне господарство держави, державний зв'язок тощо.
- ❖ В деяких галузях в окремі періоди може різко скоротитись пропозиція товарів і послуг або значно зростає попит. Для того щоб обмежити різке підвищення цін, держава може встановити певний рівень цін, який образно називають «стелею ціни». Це законодавче встановлена максимальна ціна, яку продавцю дозволяється пропонувати на свій товар або послугу.

Державний контроль за цінами стосується в основному товарів першої необхідності.



3. Суть конкуренції, її види та методи.

Термін «конкуренція» походить з латинського «concurrentia», яке означає «зіткнення», «боротьба».

Існують різні підходи до тлумачення конкуренції (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

Різні підходи до тлумачення конкуренції

Тлумачення	Опис
Поведінкове	Чесне суперництво між продавцями чи покупцями за найбільш вигідні умови продажу товару. При цьому, як метод конкурентної боротьби застосовувалась зміна цін.
Структурне	Основний акцент переміщується з боротьби компаній один з одним на аналіз структури ринку, умов, які діють на ньому.
Функціональне	Описує роль, яку відіграє конкуренція в економіці.

В підручниках застосовують структурне тлумачення конкуренції.

Існує значна низка визначень терміну «конкуренція», які представлені підручниками різних авторів, однак, суть їх істотно не різняться (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5

Визначення терміну «конкуренція»

Автор	Визначення
Азоєв Г.Л. та Сіваченко І.Ю.	Суперництво між окремими юридичними або фізичними особами, зацікавлених в одній і тій же меті – переваги над своїми конкурентами.
А.Ю. Юданов	Процес управління суб'єктами своїми конкурентними перевагами для утримання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб.
Качалина Л.Н.	Суперництво ринкових суб'єктів, що переслідують одну і ту ж мету, боротьба за найбільш вигідні умови ринку.
Рожок В.	Боротьба між приватними товаровиробниками за більш вигідні умови виробництва та збуту продукції

Таким чином, усі представлені вище визначення конкуренції зводять до одного – до отримання найбільш вигідних умов виробництва, продажу і купівлі товарів та послуг, за привласнення найбільших прибутків, порівняно із конкурентами.

В ринковій економіці конкуренція – це економічна змагальність.

Суть конкуренції полягає в широкому розпорощенні економічної влади в середині двох складових економіки — фірм та домогосподарств. Якщо на ринку певного продукту є багато покупців і продавців, жоден покупець або продавець не може помітно вплинути на ціну цього продукту [4].

М. Портер конкуренцію на ринку представляє п'ятьма силами конкуренції (рис. 3.12).

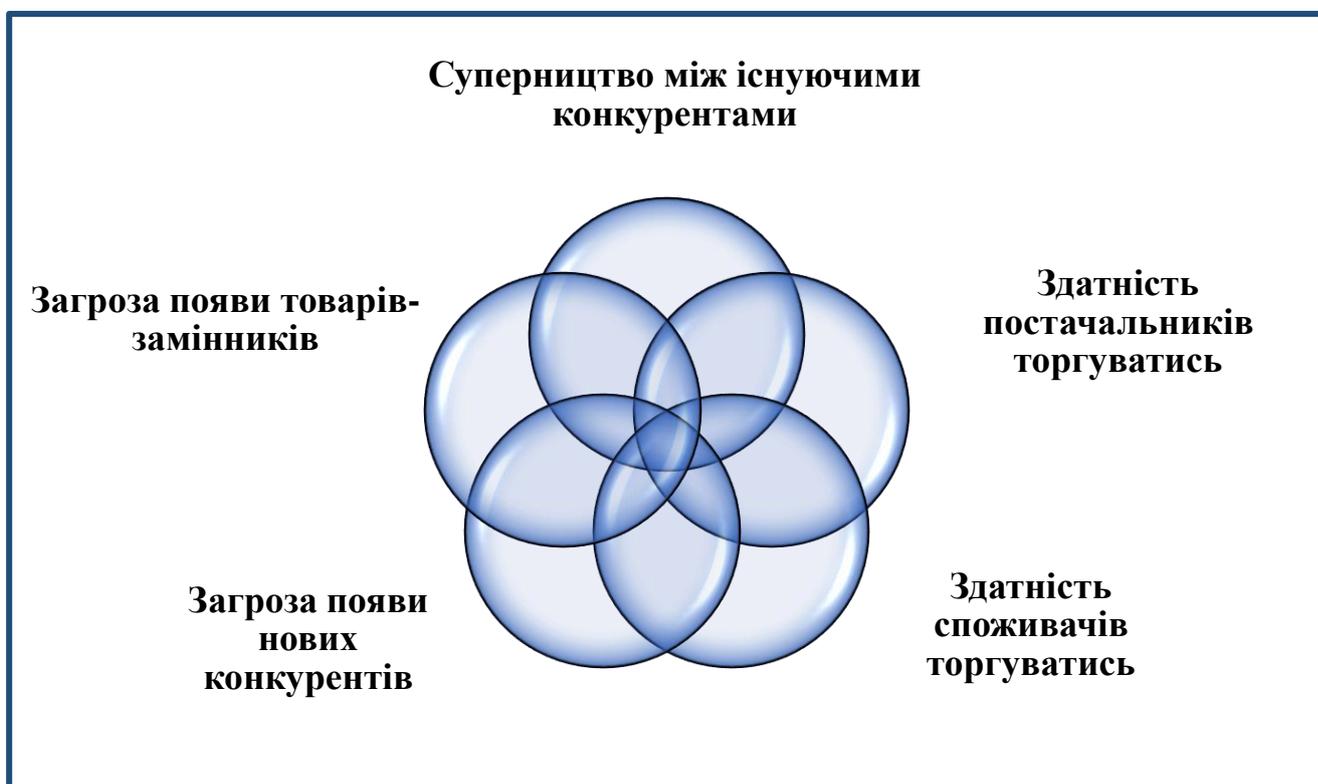


Рис. 3.12 Сили конкуренції

Конкуренція передбачає:

- ❖ наявність на ринку значної кількості незалежних продавців і покупців конкретного продукту або ресурсу;
- ❖ свободу для покупців і продавців виступати на певних ринках чи залишати їх.

У ринковій економіці конкуренція виконує низку функцій (рис. 3.13).

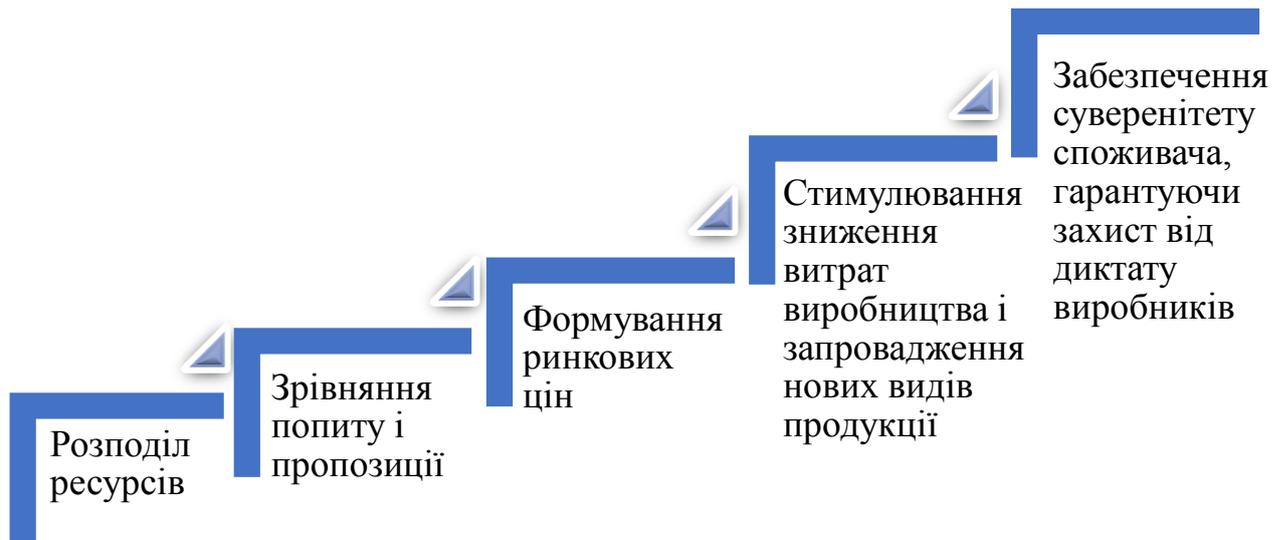


Рис. 3.13. Функції конкуренції

Водночас конкуренція має і деякі негативні риси (рис. 3.14).



Рис. 3.14. Негативні риси конкуренції

Проте ці вади менш вагомі порівняно з позитивними сторонами конкуренції. Загалом конкуренція сприяє підвищенню ефективності виробництва, стимулює науково-технічний прогрес, веде до поліпшення якості та асортименту продукції [5].

Види конкуренції представлені у таблиці 3.6.

Види конкуренції

Вид конкуренції	Визначення
Внутрішньо-галузева	Конкуренція між виробниками певної галузі за найвигідніші умови виробництва і збуту продукції.
Міжгалузева	Відбувається між виробниками різних галузей за вищі прибутки та вигідніше застосування капіталу.
Цінова	Форма суперництва, яка здійснюється за допомогою цін.
Нецінова	Суперництво між конкурентами за покупця наданням продуктам неповторних особливостей - якісних, технічних.
Недобросовісна	Конкуренція, спрямована на отримання комерційної вигоди й забезпечення панівного становища фірми на ринку через обман споживачів, партнерів чи державних органів.

Цінова конкуренція досить проста. Вона полягає в тому, що виробник установлює нижчі ціни на свій товар чи послугу, а конкуренти не можуть знизити ціну внаслідок високих витрат, тому зазнають збитків, розоряються і виходять з галузі.

Цінова конкуренція доцільна тоді, коли її ініціатор має міцніші позиції порівняно з конкурентами. За рівних умов «війна цін», як правило, безрезультатна [6].

Методи нецінової конкуренції поділяють на дві групи:

- ❖ конкуренція якості й асортименту продукції;
- ❖ конкуренція умов продажу.

Найпоширенішими методами недобросовісної конкуренції є:

- ❖ дезінформація споживачів про товар або послугу;
- ❖ поширення компрометуючої інформації про вироби конкурентів;
- ❖ економічне шпигунство;
- ❖ підкуп, установлення вищих окладів і пільг з метою переманювання фахівців від фірм-конкурентів тощо.



4. Види та інфраструктура ринку.

Ринок — сукупність продавців і покупців, які вступають між собою в економічні відносини з приводу купівлі-продажу різноманітних товарів і послуг за допомогою механізму узгодження цін на основі попиту і пропозиції.

Основні функції ринку зображені на рис. 3.15.

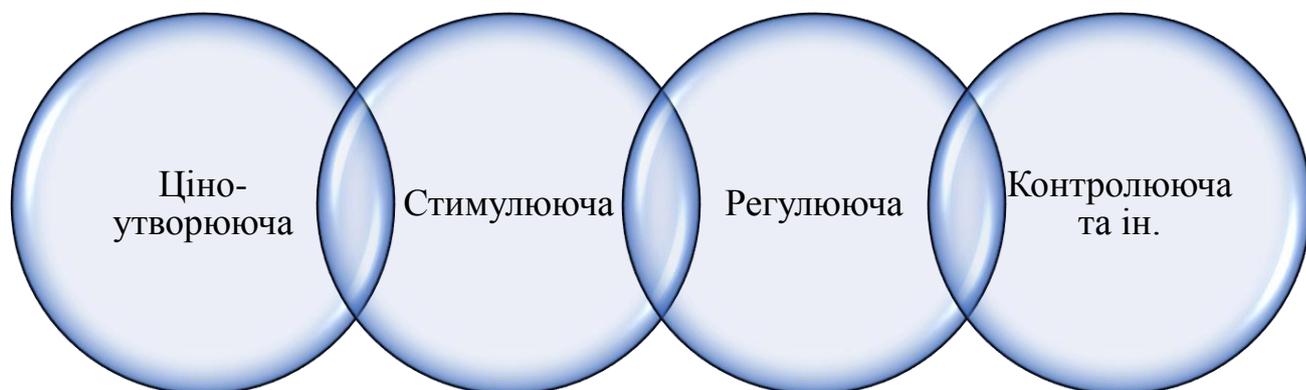


Рис. 3.15. Функції ринку

Ринки класифікують за різними ознаками (рис. 3.16).

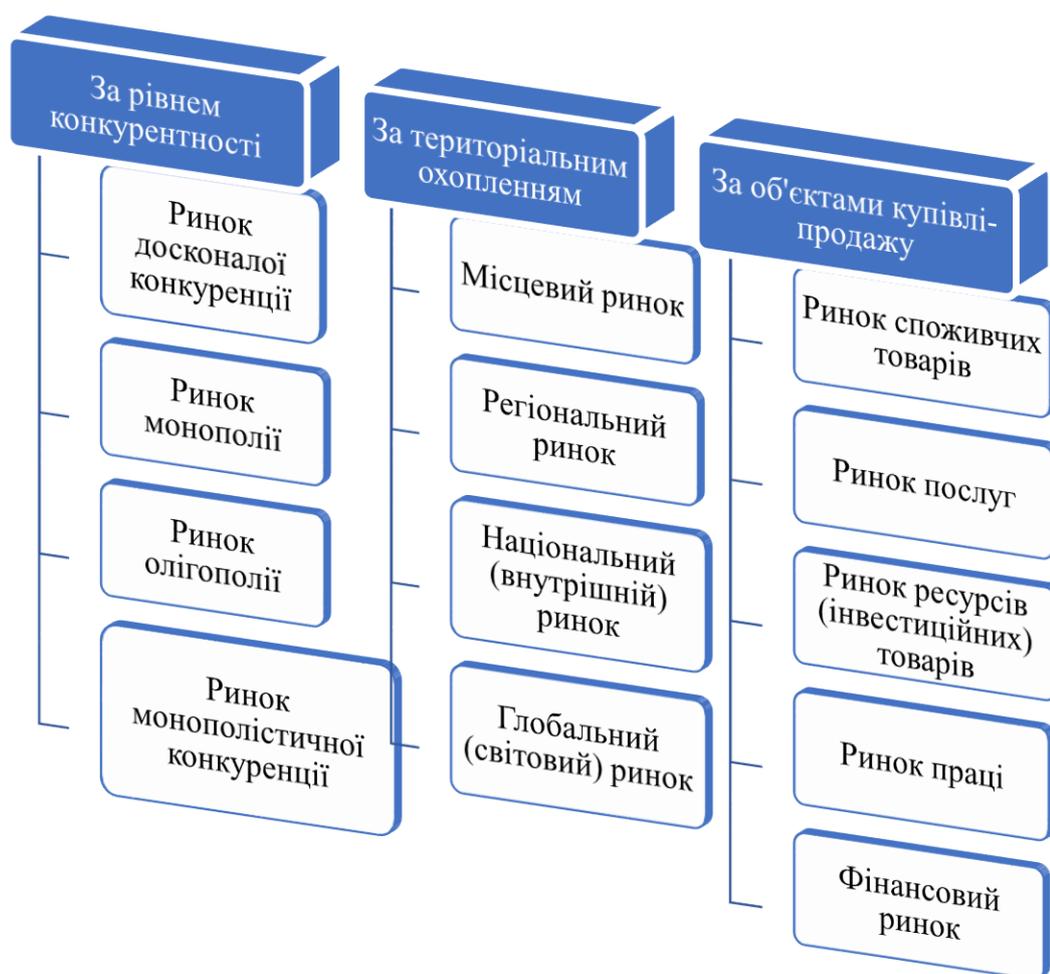


Рис. 3.16. Класифікація ринків

Ринок досконалої конкуренції описується трьома умовами (рис. 3.17).



Рис. 3.17. Характеристика ринку досконалої конкуренції

Як приклад ринку досконалої (вільної) конкуренції можна назвати міжнародні ринки пшениці, лісу, цінних паперів, руд кольорових металів.

Ринок чистої монополії – це ринок, де господарює один продавець.

Ринок олігополії складається з невеликої кількості продавців. Стратегія ціноутворення: «слідування за лідером». Абсолютне лідерство може бути досягнуто лише тоді, коли фірма має безперечні переваги над конкурентами за одним із двох параметрів: або за обсягом випуску, або за рівнем витрат.

Ринок монополістичної конкуренції складається з безлічі покупців та продавців, які здійснюють угоди не за єдиною ринковою ціною, а в широкому діапазоні, наявність якого пояснюється можливістю продавців пропонувати покупцям різні товари, які відрізняються один від одного не тільки фізичними характеристиками, якістю, оформленням, але й споживацькими перевагами. Покупці, відчуваючи різницю у пропозиціях товару, готові й платити за них по-різному.

Складовими ринку предметів споживання є виробництво товарів тривалого користування та поточного споживання.

Щодо ринку послуг, то особливістю послуги як товару є те, що вона корисна не як річ, а як діяльність.

Суб'єктами ринку праці є наймані працівники, підприємці і держава.

Фінансовий ринок включає ринок інвестицій, ринок кредитів, ринок цінних паперів.

Необхідною умовою дієвості ринкових відносин, нормального функціонування ринку є створення добре розвинутої ринкової інфраструктури.

Інфраструктура ринку - це система установ, підприємств, організацій і служб, які забезпечують рух товарів і послуг, грошей, цінних паперів, робочої сили. До неї належать аукціони, різні види бірж, ярмарки, торгові палати, банки та інші фінансові установи, страхові та інвестиційні компанії, пункти прокату та лізингу, аудиторські організації, центри маркетингу, холдингові компанії, брокерські та дилерські контори, рекламні агентства та ін.

Продуктом ринкової інфраструктури є посередницька послуга [7].

Послуга – це особливий товар, що існує тільки в момент його виробництва. Надаючи різноманітні посередницькі послуги споживачам, підприємцям і підприємствам, установам і організаціям суб'єкти ринкової інфраструктури виконують ряд важливих функцій (3.18).

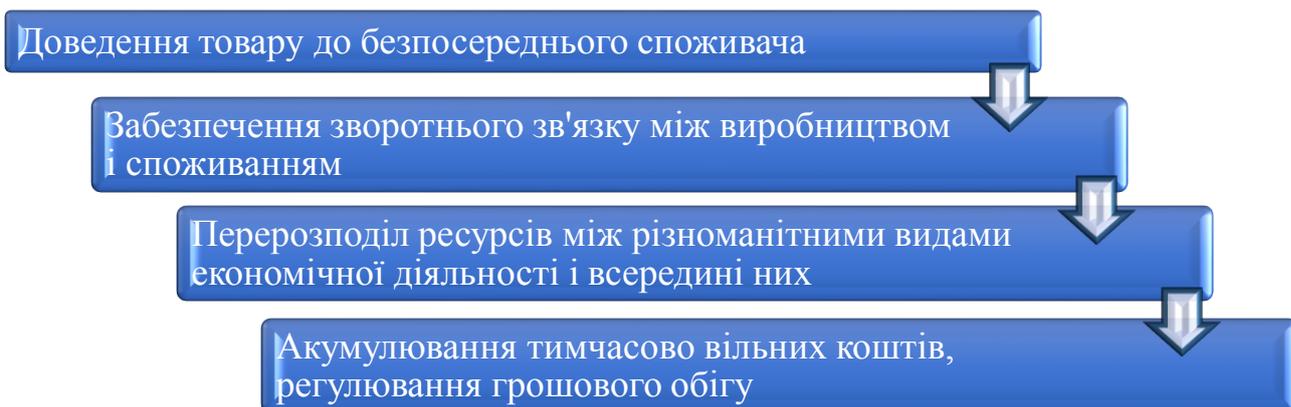


Рис. 3.18. Функції ринкової інфраструктури

Ринкова інфраструктура має істотний вплив на функціонування економічної системи в цілому.

Контрольні питання:

1. На чому ґрунтується ринкова економіка?
2. Що таке попит та пропозиція? .
3. Назвіть основні функції ринкових цін.
4. Що таке конкуренція?.
5. Назвіть основні види ринків.

Онлайн-тестування:



<https://vseosvita.ua/test/start/wdv366>



Тема 4. Підприємництво у сфері ресторанного господарства на сучасному етапі.

1. Сутність, функції та мета підприємницької діяльності.
2. Умови розвитку підприємництва в Україні.
3. Види підприємництва у сфері ресторанного господарства.

1. Сутність, функції та мета підприємницької діяльності.

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Підприємництво – це не будь-яка господарська діяльність, це особливий вид діяльності, і ця особливість характеризується відповідними ознаками (таблиця 4.1).

Таблиця 4.1

Ознаки підприємницької діяльності

Ознака	Сутність ознаки
Самостійна діяльність, діяльність «за свій рахунок»	Основою підприємницької діяльності є власність підприємця
Ініціативна, творча діяльність	В основі здійснення підприємницької діяльності лежить власна ініціатива, творчо-пошуковий, інноваційний підхід
Систематична діяльність	Підприємницька діяльність має бути постійною, пов'язаною з відтворювальним процесом і обов'язково офіційно зареєстрованою
Діяльність на власний ризик	Підприємницька діяльність здійснюється під власну економічну (майнову) відповідальність

Підприємницька діяльність направлена на:

- ❖ досягнення комерційного успіху, одержання прибутку або доходу;
- ❖ найкраще використання капіталу: власності, іншого майна, фінансових, матеріально-технічних, трудових ресурсів.

Сутність підприємництва більш глибоко розкривається через його основні функції (таблиця 4.2).

Таблиця 4.2

Основні функції підприємництва

Назва функції	Сутність функції
Інноваційна (творча)	сприяння генеруванню та реалізація нових комерційних ідей, здійснення техніко-економічних, наукових розробок, проектів, що пов'язані з господарським ризиком
Ресурсна	мобілізація на добровільних засадах матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів
Організаційна	безпосередня організації виробництва, збут, реклама тощо; поєднання ресурсів в оптимальних пропорціях, здійснення контролю за їх виконанням
Стимулююча (мотиваційна)	формування мотиваційного механізму ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки й техніки, а також максимальне задоволення потреб споживача
Новаторська	сприяння процесу продукування нових ідей, створення нових товарів і надання нових послуг
Господарська	найефективніше використання трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних та інформаційних ресурсів
Соціальна	виготовлення товарів і послуг, необхідних суспільству
Особистісна	самореалізація власної мети підприємця, отримання задоволення від своєї роботи

Мета для підприємця - це стимулюючий фактор.

Основною метою підприємницької діяльності є одержання прибутку або власного доходу.

Мета підприємницької діяльності, яка обумовлена самою сутністю підприємництва, полягає в стимулюванні і задоволенні попиту суспільства на конкретні потреби його членів (регіону, країни) [8].

Не треба ототожнювати поняття «підприємництво» та «підприємливість».

Підприємливість – це здатність людини (особистості) до самостійних, неординарних, нетипових дій. Тому в умовах ринку практично всі люди мають бути підприємливими, але це не означає, що всі повинні й можуть бути підприємцями.

Також не потрібно ототожнювати поняття «бізнес» та «підприємництво».

Бізнес - це справа, ділова активність, направлена на вирішення завдань, пов'язаних в кінцевому рахунку із здійсненням на ринку операцій обміну товарів і послуг між економічними суб'єктами ринку, з використанням форм та методів конкретної діяльності, які склалися в ринковій практиці.

Бізнес - поняття більш широке, ніж підприємницька діяльність, оскільки до бізнесу відноситься здійснення будь-яких одноразових комерційних угод в будь-якій сфері діяльності, які направлені на одержання доходу. Суб'єкт в бізнесі називається бізнесменом або комерсантом.

Основні завдання, які необхідно вирішити на початку підприємницької діяльності зображені на рис. 4.1.



Рис. 4.1. Завдання, які необхідно вирішити на початку підприємництва

Найхарактерніші риси підприємництва [9]:

- ❖ Мати бажання до пошуку нових ідей;
- ❖ Уміти об'єднувати людей для досягнення конкретної мети;
- ❖ Бачити нові способи реалізації поєднання ресурсів;
- ❖ З допомогою розрахунків професійно обґрунтовувати нові якості продукту та їхню економічну ефективність при використанні;
- ❖ Бути спроможним не відступати від задуманого і корегувати свої дії за необхідністю;
- ❖ Вміти ризикувати при втіленні задуманого, беручи на себе відповідальність;
- ❖ Відчувати майбутні потреби ринку, споживача.

Підприємництво здійснюється на основі певних принципів (рис. 4.2).

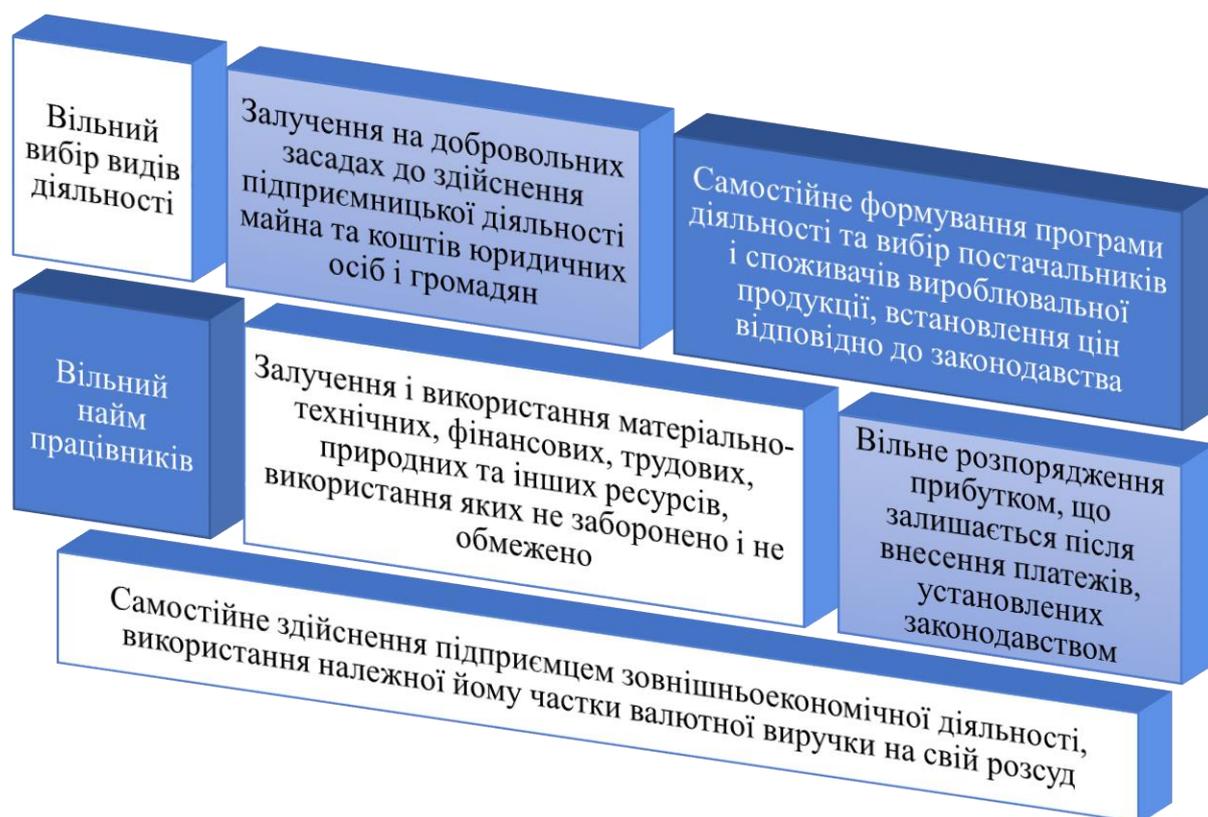


Рис. 4.2. Принципи підприємництва

Підприємець – це суб'єкт, який поєднує в собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їх нових якостей, нових сфер застосування капіталу.

Суб'єкти підприємницької діяльності (підприємці) зображені рис. 4.3.

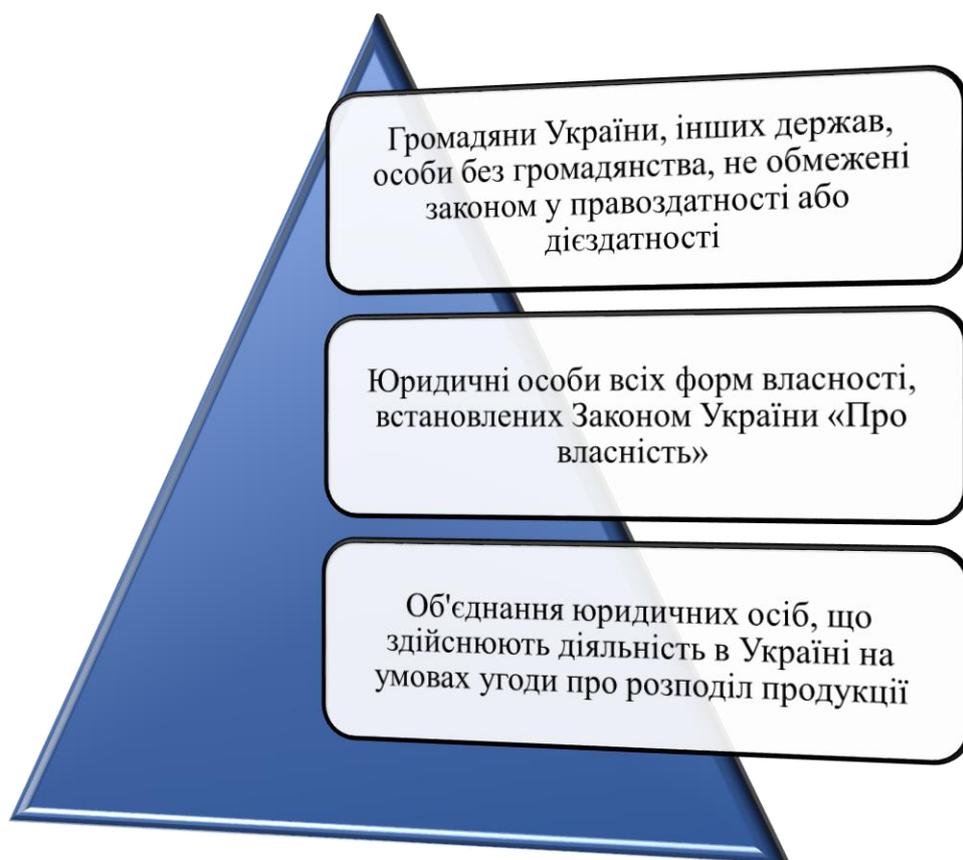


Рис. 4.3. Суб'єкти підприємницької діяльності

Не допускається заняття підприємницькою діяльністю таких категорій громадян: військовослужбовців, службових осіб органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного нотаріату, а також органів державної влади і управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств.

Особи, яким суд заборонив займатися певною діяльністю, не можуть бути зареєстровані як підприємці з правом здійснення відповідного виду діяльності до закінчення терміну, встановленого вироком суду.

Особи, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво та інші корисливі злочини, не можуть бути зареєстровані як підприємці, не можуть виступати співзасновниками підприємницької організації, а також займати в підприємницьких товариствах та їх спілках (об'єднаннях) керівні посади і посади, пов'язані з матеріальною відповідальністю.



2. Умови розвитку підприємництва в Україні.

Розвиток підприємництва в значній мірі залежить від зовнішнього середовища, в якому за останні роки відбулися суттєві зрушення (рис. 4.4).



Рис. 4.4. Суттєві зрушення зовнішнього середовища за останні роки

На сайті Міністерства економіки України створено сторінку «Розвиток підприємництва», де основними розділами є:

- ❖ Доступ малого і середнього підприємництва до державної допомоги (Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання»)
 - ❖ Координаційна рада з питань розвитку мікро- та малого підприємництва
 - ❖ Програми підтримки підприємців
 - ❖ Сприятливі умови для бізнесу
 - ❖ Інституції, що забезпечують підтримку підприємництва
 - ❖ Корисні сервіси для започаткування та ведення бізнесу
 - ❖ Статистичні та інформаційні матеріали щодо стану та розвитку малого і середнього підприємництва
 - ❖ Пріоритети Уряду щодо розвитку малого та середнього підприємництва
- Саме тут Уряд зібрав весь перелік реформ, матеріалів, інформації щодо підтримки та розвитку підприємництва в Україні за останні роки.

В третьому розділі перелічені програми підтримки підприємців, однією з яких є «Банківські продукти та програми допомоги малому і середньому підприємству». Ця програма ґрунтується на тому, що АТ «ОЩАДБАНК», АТ «УКРЕКСІМБАНК» та АБ «УКРГАЗБАНК» пропонують низку фінансових та консалтингових продуктів для малого та середнього підприємства.

Наприклад, Ощадбанком була створена програма підтримки підприємства «Будуй своє», мета якої розкрита на рис. 4.5.

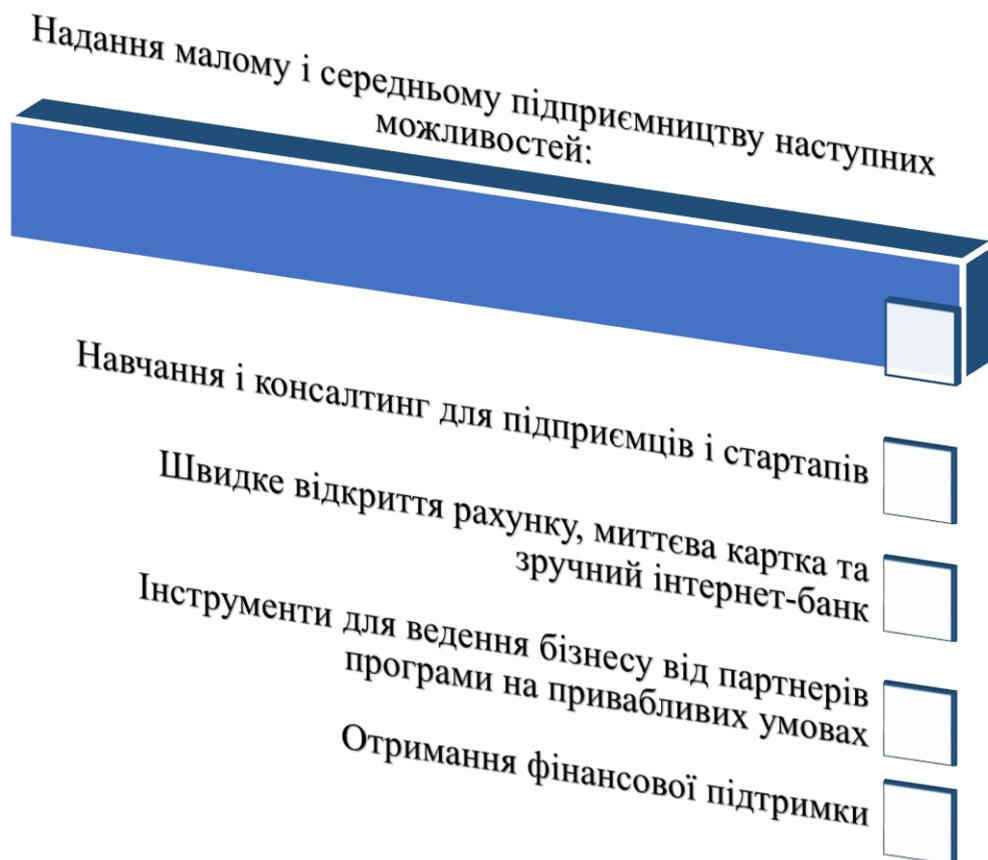


Рис. 4.5. Мета програми «Будуй своє»

Детальніше про дану програму підтримки підприємництва можна дізнатися за посиланням www.buduysvoe.com.

В розділі «Сприятливі умови для бізнесу» одним із пунктів є те, що Мінекономіки спільно з Офісом ефективного регулювання розробило бізнес-кейси для бажаючих відкрити власний бізнес (рис. 4.6).

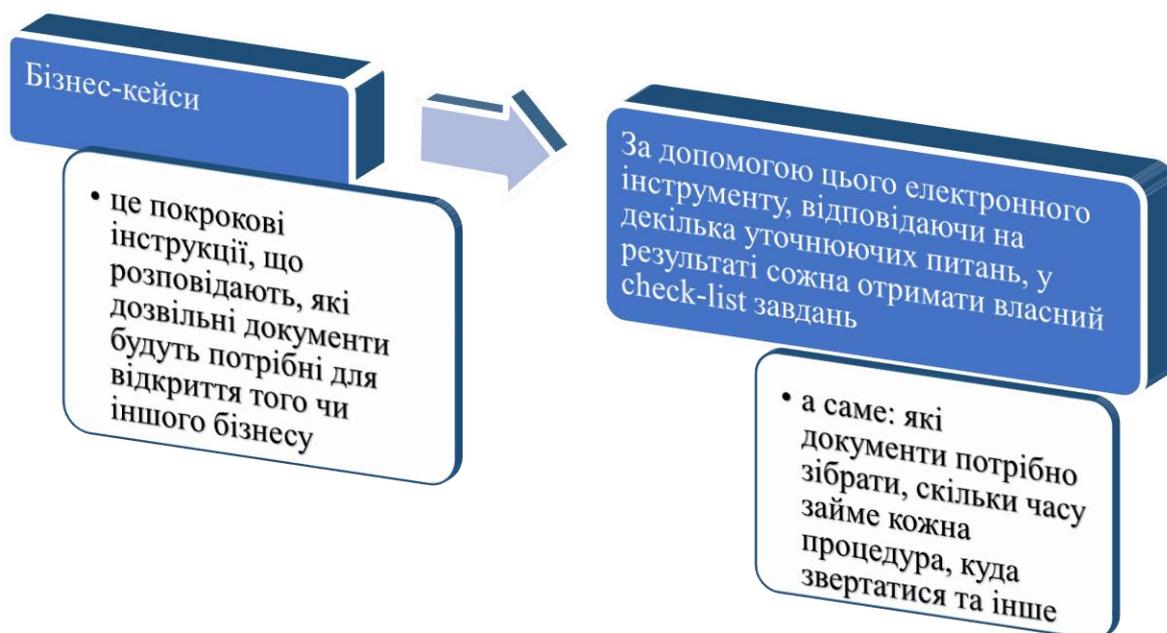


Рис. 4.6. Опис бізнес-кейсів

В шостому розділі описані корисні сервіси для започаткування та ведення бізнесу в Україні (таблиця 4.3).

Таблиця 4.3

Онлайн-сервіси для підприємців

Назва	Посилання	Опис
Opendatabot	www.opendatabot.ua	Сервіс моніторингу реєстраційних даних українських компаній та судового реєстру для захисту від рейдерських захоплень і контролю контрагентів
YouControl	www.youcontrol.com.ua	Онлайн-досьє на кожную компанію України
Taxer	www.taxer.ua	Онлайн-бухгалтерія для малого бізнесу
SMS Маяк	www.smsmayak.com.ua	Сервіс моніторингу реєстраційних дій щодо об'єктів нерухомого майна фізичних та юридичних осіб
Бізнес-калькулятор	www.cost.ua	Інструмент з вибору оптимальної моделі організаційної форми бізнесу, розрахунку податків та порівняння сплати податків
ProZorro	www.prozorro.gov.ua	Електронна система публічних закупівель
Електронний кабінет платника податків	www.cabinet.tax.gov.ua	Інформація з реєстрів, податковий календар, бланки податкової звітності, декларація про майновий стан

Також в цьому розділі оприлюднені сервіси для надання адміністративних послуг підприємцям та сервіси для надання державних послуг бізнесу онлайн. Перелік всіх цих онлайн інструментів, які можуть стати в нагоді малому та середньому бізнесу, постійно оновлюється.



3. Види підприємництва у сфері ресторанного господарства.

Сфера ресторанного господарства – це сфера надання послуг.

Послуга харчування є результатом економічної діяльності ресторанного підприємства, спрямована на задоволення найрізноманітніших біогенних і культурологічних запитів гостей [10].

Визначення терміну ресторанне господарство зображене на рис. 4.7.

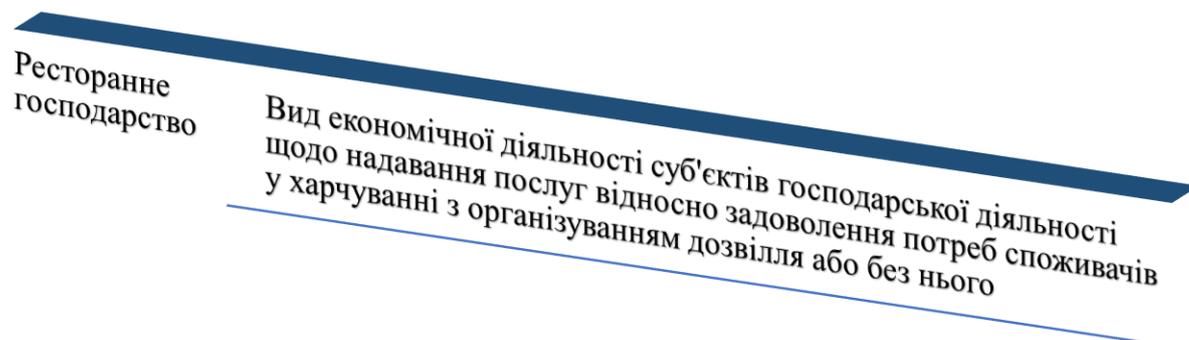


Рис. 4.7. Термін ресторанного господарства

Визначення закладу ресторанного господарства зображено на рис. 4.8.

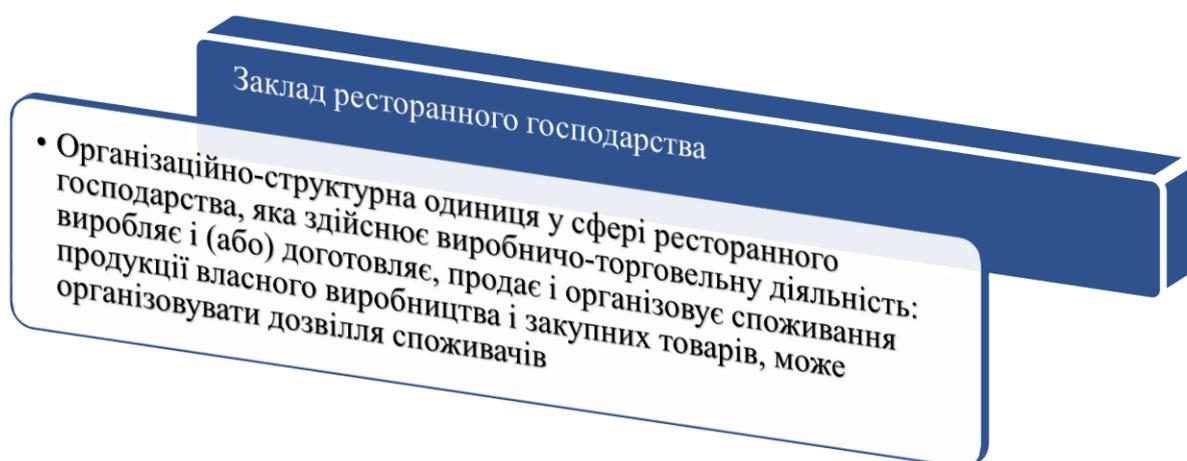


Рис. 4.8. Заклад ресторанного господарства

Розрізняють три види підприємництва у сфері ресторанного господарства, котрі описані у таблиці 4.4.

Таблиця 4.4

Види підприємництва у сфері ресторанного господарства

Підприємництво	Визначення
Виробниче	діяльність, пов'язана з виробництвом товарів і послуг із метою їх подальшого збуту споживачам.
Торговельне	діяльність, пов'язана з продажем продукції
Посередницьке	пошук можливих угод між виробниками і споживачами

Типи закладів сфери ресторанного господарства зображені на рис. 4.9.

Ресторан	Загальнодоступне підприємство харчування, звичайно з різноманітним, широким асортиментом страв складного приготування, закусок, кондитерських, алкогольних і безалкогольних напоїв, фруктів, десертів
Кафе	Підприємство харчування, яке пропонує гостям обмежений асортимент страв і напоїв, борошняних кондитерських виробів, кисломолочних продуктів у поєднанні з відпочинком і розвагами
Бар	Спеціалізоване підприємство швидкого обслуговування з барною стійкою, призначене для реалізації напоїв у різноманітному асортименті, десертів, солодких страв і закусок
Буфет	Спеціалізоване підприємство харчування, в якому відвідувачі можуть одержати для споживання на місці обмежений асортимент холодних закусок, бутербродів, гарячих й охолоджених напоїв, страв нескладного приготування
Закусочна	Виготовляє, реалізує й організує споживання на місці різних страв і закусок нескладного приготування, бульйонів, холодних і гарячих напоїв, хлібобулочних і кондитерських виробів
Їдальня	Підприємство харчування, яке виготовляє і реалізує продукцію переважно власного виробництва
Піцерія	Підприємство, яке спеціалізується на приготуванні і реалізації для споживання на місці піци
Кавова крамниця, чи кав'ярня	Підприємство харчування з обмеженим асортиментом, яке спеціалізується на приготуванні кави

Рис. 4.9. Типи закладів сфери ресторанного господарства

За рівнем обслуговування і переліком послуг, що надаються гастрономічними закладами в Україні, всі типи закладів сфери ресторанного господарства поділяються на певні класи (рис. 4.10).



Рис. 4.10. Типи класів закладів сфери ресторанного господарства
Кафе, їдальні та закусочні на класи не поділяються.

Контрольні питання:

1. Що таке підприємництво?
2. Назвіть принципи підприємництва.
3. Назвіть види підприємництва у сфері ресторанного господарства.

Онлайн-тестування:



<https://vseosvita.ua/test/start/hnd426>



Список рекомендованої літератури:

1. Антонова В. А. Конкуренція і управління конкуренто-спроможністю підприємств ресторанного господарства /В. А. Антонова // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. - 2012. - № 1 (21). - С. 54-57.
2. Литвиненко Я.В. Напрямки підвищення конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного господарства в Україні / Я.В. Литвиненко, Т.Є. Литвиненко // Економіка ринкових відносин. 2013. №12. С.50-53.
3. Ясенецький В.С. Передумови державного втручання в роботу ринкової інфраструктури /В.С. Ясенецький // Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво. – 2012. – № 5(68). – С. 77-81.
4. Кавецький В. В. Економічне обґрунтування інноваційних рішень. Курс лекцій : [навч. посіб.] / В. В. Кавецький, І. В. Причепя, Л.О. Нікіфорова – Вінниця : ВНТУ, 2016. – 132 с.
5. Білявський В. М., Шепута М. М. Конкурентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості // Інноваційна економіка. 2017. № 11.12 (72). С. 129–134.
6. Білошкурська Н. В. Маркетингове дослідження факторів ціноутворення на конкурентному ринку. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 1. С. 24-31.
7. Балух Т. Основні напрями вдосконалення організаційно-економічного забезпечення регіонального розвитку підприємництва у сфері послуг // Підприємництво, господарство і право. 2008. 0 №7. Ст. 156-169.
8. Босак І. П. Тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні // Наукові записки. - № 1. – 2018. – С 154 – 160.
9. Гавриш О.М., Пильнова В.П., Пісковець О.В. Інноваційне підприємництво: сутність, значення та проблеми в сучасних умовах функціонування. Економіка та держава. 2020. №12. С. 109-113.
10. Гірняк Л.І., Глагола В.А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та управління підприємствами. Випуск 16. 2018.

Основи підприємництва [Текст]: конспект лекцій для здобувачів освітньо-кваліфікаційного рівня кваліфікований робітник за професіями 5122 Кухар 7412 Кондитер денної форми навчання / уклад. Ж.О. Струк., Л.В. Матюк. – Любешів: ВСП «Любешівський ТФК ЛНТУ», 2023. – 55 с.

Комп'ютерний набір і верстка :
Редактор:

Ж.О. Струк
Л.В. Матюк

Підп. до друку _____ 2023 р. Формат А4.
Папір офіс. Гарн. Таймс. Умов. друк. арк. _____
Обл. вид. арк. _____ Тираж 2 прим.