

кількість підприємств визначеної структурної складової ринку туристичної індустрії, проте те це не позначається на загальному обороту коштів від їх діяльності, оскільки швидкими темпами зростає попит серед населення Львівської обл. на послуги підприємств ресторанного господарства.

Достатньо високі рейтингові позиції ресторанного господарства досліджуваного регіону, враховуючи сучасні умови ведення бізнесу, змушують організувати роботу підприємств таким чином, щоб задовольнити найвибагливіші смаки та уподобання споживачів, працюючи у змінних умовах функціонування ринку.

Література

1. Васютинська Р. Ресторан – це коли або пан, або пропав / Р. Васютинська, О. Тарасова // Галицькі контракти. – 2003. – № 6. – С. 236-242.
2. ДСТУ 4281:2004 "Заклади ресторанного господарства (класифікація)". – 36 с.
3. Пятницька Г.Т. Менеджмент громадського харчування : підручник [для студ. ВНЗ] / Г.Т. Пятницька, Н.О. Пятницька. – К. : Вид-во КНТЕУ, 2001. – 655 с.
4. Статистичний щорічник "Львівщина у цифрах" за 2011 рік / за ред. Матковського. – Львів : Головне управління статистики у Львівській області, 2012. – 174 с.
5. Статистичний щорічник "Україна у цифрах" за 2011 рік / за ред. О.Г. Осауленка. – К. : Державна служба статистики, 2012. – 251 с.

Вивчарук О.М. Состояние развития предприятия общественного питания Львовской области

Определена сущность понятий ресторанное хозяйство, рынок ресторанного хозяйства. Проанализированы основные показатели развития рынка ресторанного хозяйства Львовской области, на основании которых присвоен рейтинг ресторанного хозяйства Львовщины среди других областей Украины.

Ключевые слова: рынок, ресторанное хозяйство, услуга, предприятие ресторанного хозяйства, рейтинг.

Vivcharuk O.M. A development of public catering establishment in Lviv region today

In the article certainly essence of concept restaurant economy, market of restaurant economy. The basic indexes of market of restaurant economy of the Lviv area development are analysed on the basis of which certainly rating of Lvov among other areas of Ukraine.

Keywords: market, restaurant economy, favour, enterprise of restaurant economy, rating.

УДК 334.722:[332.122:338.43](477.8) Ст. наук. співроб. Ф.А. Вазинський, канд. екон. наук – Інститут регіональних досліджень НАН України; заст. дир. М.Й. Ковач, канд. екон. наук – Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського НТЕУ; студ. М.А. Павник – НУ "Львівська політехніка"

РОЗВИТОК НЕ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

Розглянуто основні види не сільськогосподарського підприємництва в Західному регіоні країни, зокрема: сільський зелений туризм, послуги, торгівля, соціальне підприємництво, ресторанний бізнес та наведено комплекс заходів щодо розвитку ресторанного господарства в сільській місцевості.

Ключові слова: сільські території, підприємці, сільський туризм, ресторанний бізнес, торгівля, послуги.

Вступ. Протягом останніх років сільськогосподарське виробництво поступово втрачає свої позиції у структурі економіки регіонів. Інфраструктура більшості сільських поселень України – на межі руйнування. Це сталося через кризовий стан економіки, різке скорочення бюджетного фінансування, неплатоспроможність та заборгованість сільськогосподарських підприємств. Такий стан зробив вкрай проблематичним створення належних умов життя на селі.

Вивчено проблеми розвитку сільських територій у працях таких науковців, як: О.Г. Булавки, О.Д. Гудзинського, М.І. Долішнього, Г.І. Копалової, І.І. Лукінова, М.Й. Маліка, В.М. Нелепа, О.М. Онищенко, О.І. Павлова, І.В. Прокопи, П.Т. Каблука, В.П. Рябоконт, М.П. Сахацького та ін. Однак переважна більшість економічних та організаційних проблем залишається відкритою і потребує подальшого дослідження.

Виклад основного матеріалу. В умовах несприятливої кон'юнктури внутрішнього й зовнішнього ринку, стагнації виробництва в найгіршому становищі виявилось українське село. Поширюється безробіття, занепадає соціальна інфраструктура, зокрема підприємств побутового обслуговування залишилося менше однієї третини. Внаслідок соціально-економічного занепаду села поглибилася демографічна криза. Як свідчить практика розвинених країн, у подоланні цих негативних тенденцій значну роль можуть відіграти не сільськогосподарські види діяльності, насамперед ті, які не потребують державних капіталовкладень, а можуть задовольнятися поки що використанням існуючих сільських територій, приватного житлового фонду, матеріальних статків. Основними видами несільськогосподарського підприємництва є сільський туризм, ресторанний бізнес, торгівля, послуги швачки та перукарні, транспортні перевезення.

Сільський зелений туризм – це саме той сектор економіки, який заслуговує на більшу увагу в Україні. Він потенційно може забезпечити значний внесок в економіку села у вигляді нових робочих місць, збільшення надходжень від зовнішньоекономічної діяльності, поповнення державного бюджету через сплату податків, сприяння зниженню імпорту та інтенсифікації використання місцевих сировинних ресурсів. Іноземні туристи, прихильники відпочинку в українському селі, як і регіональні споживачі, сплачують усі відповідні податки, зокрема на додану вартість та акцизний збір, і заохочують до сплати податків інших суб'єктів господарювання.

Сільський зелений туризм – індустрія експорту, яка відрізняється від інших експортних галузей одним важливим аспектом: більшість експортерів вивозять свої товари з країни до споживача, а в туризмі споживач прибуває в країну для того, щоб придбати та спожити вироблені продукти та послуги. Це створює додаткові надходження до місцевої економіки. Крім безпосередніх господарів, які надають послуги з сільського зеленого (агро-, еко-) туризму, можуть отримати робочі місця більшість громади окремого села, яка займається вишивкою, килимарством, гончарством, ткацтвом, різьбярством, писанкарством, ковальством, овочівництвом, садівництвом, бджільництвом, тваринництвом, зокрема конярством. Значну організаційну й методичну допомогу жителям сіл у цьому процесі можуть надати сільські, селищні, міські,

районні ради, котрі несуть безпосередню відповідальність за сталий розвиток підзвітних їм територій.

Сьогоднішній міський турист надає перевагу активному відпочинку в місцях з екологічно чистим навколишнім середовищем, а також шукає можливостей культурного збагачення, самоосвіти. Для задоволення таких потреб Україна має надзвичайно великі туристично-рекреаційні можливості. Значна частина території – це курорти, зони відпочинку, гірські ландшафти, карпатські зелені зони, де прекрасне здорове повітря, чисті річки, гори, місцевості, збережені національні традиції, фольклор, музеї, церкви та інші архітектурні пам'ятки.

Визначними є лікувальні ресурси – джерела мінеральних вод, родовища цілющих грязей, велика кількість яких є унікальними не тільки для України, а й Європи. Цікавими туристсько-екскурсійними об'єктами є пам'ятки історії, архітектури, археології, об'єкти етнографії, заклади культури, виставки тощо. У сільській місцевості, крім історико-культурних об'єктів, потенційно привабливими є хліборобство як етнографічне явище, що поєднане з ритуалами: привітання з "хлібом, сіллу та рушником", "толока" – участь громади під час збирання "хліба", на сінокосі – "обжинки" – свято після збирання урожаю; промисли – мисливство, рибальство, збиральництво, чумацтво; ремесла – лозоплетіння, бондарство, столярство, гутництво (виготовлення скла), кушнірство (вичинка шкур для одягу); народна архітектура – хата, клуня, хлів, комора, церкви та каплиці, млини й вітряки; українське національне вбрання і кухня.

Якщо належним чином задіяти таке велике багатство матеріальної і духовної культури Західного регіону України, то у сільському зеленому туризмі позитивний результат не забариться: зросте добробут сільської родини, диверсифікуються доходи населення, зменшиться міграція із сільської місцевості, розшириться спектр туристичних послуг, збільшаться надходження до місцевих бюджетів, підвищиться конкурентоспроможність і привабливість, зростуть обсяги внутрішніх і зовнішніх інвестицій до сільських регіонів, кількість робочих місць у галузях, прямо або опосередковано пов'язаних із сільським туризмом; молодь, зокрема жінки, інші категорії громадян започаткують власну справу у сфері сільського туризму.

Зелений туризм спонукає до розвитку ресторанного господарства у сільській місцевості, який на сучасному етапі: визначається характером і масштабами потреб людей у послугах з організації споживання матеріальних і духовних благ у недомашніх умовах; безпосередньо залежить від рівня платоспроможного попиту сільського населення і структури витрат його доходів; пов'язаний зі станом здоров'я, працездатності, рівнем життя сільських мешканців; обумовлюється певними особливостями організаційно-економічного та соціального характеру; сприяє боротьбі з бідністю та є каталізатором наближення рівня життя в селі та місті; дає змогу підвищити культуру споживання та забезпечити раціональне харчування різних груп споживачів [6, с. 237].

Заклади ресторанного господарства споживчої кооперації у сільській місцевості надають споживачам комплекс різноманітних послуг: харчування

(виготовлення кулінарної продукції, її реалізації та організації споживання відповідно до типу і складу закладу), виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів, реалізації продукції (кулінарних та кондитерських виробів за межами закладу ресторанного господарства) тощо [5, 6].

Для розвитку ресторанного господарства в сільській місцевості потрібно реалізувати комплекс заходів, зокрема:

- розробити програму створення об'єктів ресторанного господарства та оптимізувати їх типи відповідно до тенденцій сучасного ринку;
- реорганізувати роботу закладів ресторанного господарства, орієнтуючись на потреби різних обслуговуваних контингентів, які враховують релігійні, національні особливості, традиції;
- оновити матеріально-технічну базу підприємств ресторанного господарства, надати їм сучасного вигляду;
- розширити діяльність закладів харчування у шкільних, дитячих, медичних закладах із використанням сучасних недорогих технологій приготування та доготовування їжі, швидкого обслуговування;
- підвищити рівень наданих послуг, розширити та урізноманітнити асортимент продукції, покращити якість обслуговування;
- розробити ефективну і маркетингову та гнучку цінову політику.

Запропоновані заходи дадуть змогу розширити мережу закладів ресторанного господарства та підвищити їх доступність для споживачів, підвищити імідж закладів та їх конкурентоспроможність на ринку, збільшити популярність послуг ресторанного господарства в сільській місцевості і, як наслідок, досягнути зростання роздрібного товарообігу та прибутковості підприємницької діяльності.

Крім того, неабиякий прибуток можна отримати з надання послуг, зокрема перукарських, швацьких, ремонту взуття, за якими люди їдуть до районних центрів, і через брак часу (обмеженість внаслідок руху автобусів) не завжди мають змогу їх отримати. Для вирішення цієї проблеми доцільно створити побутові будинки, в яких будуть працювати окремі підприємці з надання відповідних послуг. Що стосується приміщення, то в кожній сільській місцевості є дім, який можна придбати, фактично за безцінь, коштом сільської ради. Облаштування робочого місця здійснює кожен підприємець окремо. Сільська рада буде отримувати орендну плату за приміщення.

На сільських територіях діють ринки. Звісно, ця торгівля є незаконна, ніхто не має відповідних дозволів. Звідки та продукція привезена та й чи відповідає вона нормам, перевірити важко. Разом з тим у селі є магазини, які мають усі документи, проте якість товару далеко не на належному рівні. Та й нарікань від місцевих мешканців на легальну торгівлю значно більше, ніж на стихійний базар. Такі ринки для більшості селян – чи не єдина можливість придбати все необхідне з продуктів харчування та для господарства. Автобуси курсують вкрай рідко, здебільшого рано-вранці, тому до базару дістатися дуже важко. Якщо ж урахувати, що близько 70 % селян – пенсіонери, то зрозуміло, що такі поїздки даються вкрай важко. Тому, звісно, дуже зручно, коли "ринок" приїздить у село, а на дозволи та сертифікати більшість жителів просто не зважає. Звісно, санстанція й інші установи мають перевіряти якість

товару, проте їм зручніше просто закрити ринок [7]. Вважаємо, що таку торгівлю потрібно привести до відповідних норм, створити більш належні умови за державної підтримки.

Доцільно розвивати і соціальне підприємництво на селі. Це – новий проект Британської Ради в Україні та інших державах світу. Його головна мета – поширення ідеї соціального підприємництва в українському суспільстві та надання юридичної, фінансової й консультативної допомоги соціальним підприємцям, які прагнуть розпочати власну справу. Підприємства, що мають мету вирішити соціальні проблеми, успішно існують у багатьох країнах. Лише у Великобританії сьогодні налічується понад 50 тис. таких організацій – від центрів фахової підготовки чи догляду за неповносправними людьми до броварень і навіть готелів, що належать громаді.

Соціальне підприємство – це бізнес, що має переважно соціальні цілі, прибутки якого спрямовуються головним чином на саморозвиток, громадські справи чи вирішення актуальних суспільних проблем. Воно діє за всіма законами бізнесу і приносить прибуток, тому не вважається благодійною організацією. Соціальне підприємництво динамічно розвивається в європейських країнах, вирішуючи проблеми безробіття та соціального захисту.

Висновки. Наразі у сільській місцевості та аграрній сфері потрібно дедалі частіше поширювати підприємництво, що сприяє зростанню сфери аграрної праці, створенню нових можливостей для працевлаштування сільського населення. Від розвитку підприємницької діяльності залежить вирішення соціально-економічних проблем українського села. Саме підприємці як рушійна сила економічного прогресу й підвищення рівня добробуту селян здатні забезпечити поступальний розвиток сільських територій.

До основних видів несільськогосподарського підприємництва відносяться сільський туризм, який робить значний внесок в економіку села у вигляді нових робочих місць, збільшення надходжень від зовнішньоекономічної діяльності, поповнення державного бюджету через сплату податків, зниження імпорту та інтенсифікації використання місцевих сировинних ресурсів.

Література

1. Присяжнюк М.В. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / М.В. Присяжнюк, М.В. Зубець, Л.Т. Саблук та ін. / за ред. М.В. Присяжнюка та ін. – К. : Вид-во ННЦ ІАЕ, 2011. – 108 с.
2. Вишневецька О.М. Процеси глобалізації та перспективи соціально-економічного розвитку сільських територій / О.М. Вишневецька. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.rusnauka.com/6_PNI_2011/Economics/I2_80152.doc.htm.
3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємств : навч. посібн. / І.З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 384 с.
4. Євсюков Т.О. Дослідження сучасного стану сільських територій: підходи, алгоритм, методи / Т.О. Євсюков, І.П. Ковальчук. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.zsu.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1607:2011-04-07-13-57-41&catid=75:2011-03-16-12-34-53&Itemid=112.
5. Малещенко Г. Не спочиваючи на лаврах, або про те, як підвищити привабливість кооперативних підприємств ресторанного господарства / Г. Малещенко // Вісті: діловий випуск. – 2010. – № 19. – С. 4-7.
6. Міценко Н.Г. Ресторанне господарство споживчої кооперації в сільській місцевості // Н.Г. Міценко, О.М. Муравинець // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2011. – Вип. 219. – С. 235-241.

7. Про справи базарні // Нова доба. 2010. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.topilna.ucoz.ua/forum/3-168-1>.

Важинский Ф.А., Ковач М.И., Павнык М.А. Развитие несельскохозяйственного предпринимательства на сельских территориях Западного региона Украины

Рассмотрены основные виды не сельскохозяйственного предпринимательства в Западном регионе страны, в частности: сельский зеленый туризм, услуги, торговля, социальное предпринимательство, ресторанный бизнес и приведен комплекс мероприятий по развитию ресторанного хозяйства в сельской местности.

Ключевые слова: сельские территории, предприниматели, сельский туризм, ресторанный бизнес, торговля, услуги.

Vazhynskyi F.A., Kovach M.Yo., Pavnyk M.A. Development of nonfarm enterprise is rural territories of western region of Ukraine

In the article the basic types of nonfarm enterprise are considered in the western regions of country, in particular: rural green tourism, services, trade, social entrepreneurship, restaurant business and the complex of measures on development of restaurant economy in rural locality is resulted.

Keywords: rural territories, businessmen, rural tourism, restaurant business, trade, services.

УДК 334.7:336.2 (477)(094.4)

Доц. О.Б. Вознюк, канд. екон. наук –

Львівській інститут банківської справи УБС НБУ, м. Київ

ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ НА РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ

В Україні роль підприємництва є винятково актуальною. Розвиток мережі підприємницьких структур, передусім малих і середніх підприємств, сприяє вирішенню гострих для економіки України проблем переходу до ринку. Однак становлення підприємницького сектору натрапляє на серйозні труднощі, пов'язані з формуванням сприятливого макроекономічного середовища. Досліджено основні аспекти розвитку малого бізнесу в Україні, наведено головні проблеми, які перешкоджають сучасній економіці функціонувати та проаналізовано вплив на розвиток малого бізнесу прийняття Податкового кодексу України.

Ключові слова: малий бізнес, держава, економіка, Податковий кодекс України, реформа, податки, валовий внутрішній продукт, суб'єкт господарської діяльності.

Постановка проблеми. Мале та середнє підприємництво у процесах подолання економічної кризи на національному рівні у глобальній економіці посідає одне з чільних місць. Це зумовлено певними особливостями малого підприємництва – насамперед його соціальною функцією, що й робить мале підприємництво таким важливим для суспільства в умовах ринкової економіки.

Увага до малого бізнесу в світі і наявність окремих чітко визначених державних політик як на рівні ЄС, США, так і низки інших провідних країн світу, зумовлена тим фактом, що в більшості розвинених країн суб'єкти малого та середнього бізнесу кількісно становлять більше ніж 90 % від суб'єктів бізнесу взагалі. За даними OECD, кількісно до 97 % в економіці країн-членів OECD становлять компанії малого та середнього бізнесу, а їх частка в ВВП сягає від 40 до 60 %, вони забезпечують до 70 % робочих місць, а для країн не-членів OECD ці показники ще вищі [12]. Останнє положення чітко пока-