

Мальченко В. М.,
доцент кафедри маркетингу
Мальченко В. В.,
здобувач кафедри маркетингу
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

**ПРО СПЕЦИФІКУ ПОПИТУ ПІДПРИЄМСТВ СЕКТОРУ ПОСЛУГ
НА МАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ
ТА ТОТОЖНІСТЬ ФУНКЦІЇ ЗАКУПІВЛІ
ДЛЯ БУДЬ-ЯКОГО ПІДПРИЄМСТВА**

АНОТАЦІЯ. Стаття розкриває особливості попиту на матеріальні ресурси для виробництва продукції/робіт/послуг. Досліджено складові операційних матеріальних витрат в економічній діяльності з виробництва послуг, розкрита їх пріоритетність. Визначена роль функції закупівлі для підприємств сектора послуг.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: попит; матеріальні ресурси; операційні витрати; закупівля; реалізація.

АННОТАЦИЯ. Статья раскрывает особенности спроса на материальные ресурсы для производства продукции / работ / услуг. Исследованы составляющие операционных материальных затрат в экономической деятельности по производству услуг, раскрыта их приоритетность. Определена роль функции закупки для предприятий сектора услуг.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: спрос; материальные ресурсы; операционные расходы; закупка, реализация.

ANNOTATION .The article reveals the features of demand on material resources for the production of products/works/services. Investigated the components of the operating material costs in economic activity for the production of services, disclosed their priority. Defined the role of the purchasing function for the service sector enterprises.

KEYWORDS: demand, material resources, operating costs, procurement; realization.

Актуальність теми. Незалежно від виду економічної діяльності в будь-якій галузі та секторі економіки виробничі, торгові підприємства, банки, готелі та інші підприємства сфери послуг для реалізації своєї виробничої програми мають у своєму розпорядженні фактори виробництва ,у тому числі матеріальні ресур-

си, на придбання (закупівлю) яких несуть відповідні операційні витрати: суттєві для підприємств первинного і вторинного виробничих секторів економіки, менш суттєві та незначні для підприємств сектора послуг. Мабуть, тому на практиці приділяється, як правило, більше уваги, з орієнтацією на викладене, проблемам матеріалозабезпечення підприємств з виробництва товарів або з конкретизацією, що підприємство є виробничим.

Питанням закупівлі сировини/матеріалів підприємствами сектору послуг в спеціалізованих літературних джерелах мало приділяється уваги, враховуючи їх маломатеріалозалежність, а в багатьох випадках розгляд таких питань стосовно цих підприємств відокремлюється від розгляду придбання матеріальних ресурсів підприємствами виробничих секторів економіки, але в подальшому вони не висвітлюються, хоча характеризується відповідною специфікою.

Мета статті. Підприємствами третинного сектору (послуг) економіки надаються як матеріальні, так і в більшості своїй різновидові невідчутні (нематеріальні) послуги, процес продукування яких не залежно від цього, здійснюється з витратами на матеріали (сировину), засоби виробництва. Аналіз і співставлення матеріальних витрат у виготовлених товарах та послугах дасть змогу встановити характер використання/споживання матеріальних ресурсів у цих виробництвах, а, відповідно, виявити особливості попиту на ресурси для продукування послуг для врахування їх в загальних концептуальних підходах до управління закупівлями на підприємствах сектору послуг.

Виклад основного матеріалу. Національною статистичною звітністю щорічно надаються дані за видами економічної діяльності стосовно загальних операційних витрат з реалізованої продукції (робіт/послуг), а також витрат за відповідними складовими, у тому числі і операційних матеріальних витрат. Матеріальні витрати у звітності надаються в розрізі складових операційних витрат на придбання (закупівлю) матеріальних ресурсів для власне виробництва продукції (робіт/послуг), а також на амортизацію — підтримання в працездатному стані основних засобів виробництва (експлуатацію, ремонт, відновлення тощо), які забезпечують виробничий процес. Це дає можливість проаналізувати значущість цих складових матеріальних витрат окремо у виробництві продукції та виробництві послуг.

Результати співставлення матеріальних витрат в операційних витратах з реалізації продукції (робіт/послуг) демонструє таблиця 1.

Таблиця 1.

**ВАГОМІСТЬ МАТЕРІАЛЬНИХ ВИТРАТ
НА ОДИНИЦЮ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ
ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Вид економічної діяльності	Доля матеріальних витрат (на закупівлю) в операційних витратах з реалізації продукції (робіт/послуг), %
<i>1</i>	<i>2</i>
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	58—62
Промисловість	60—65
Будівництво	73—75
Торгівля, фінансова діяльність	0,6—2,5
Діяльність готелів та ресторанів, охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	37—41
Діяльність транспорту та зв'язку	26—30
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг, комунальні послуги, діяльність у сфері культури та спорту, освіта	14—17

Як слідує з наведеної таблиці у виробничій діяльності первинного і вторинного секторів економіки доля грошових витрат, що йдуть на придбання сировини/матеріалів, складає для промисловості більше половини (60—65 %) коштів, отриманих від реалізації товару, оскільки ця сфера діяльності залежить не від праці, а від сировини/матеріалів. Це означає, що реалізуючи товар, наприклад, за 1000 у.о., на його виготовлення уже витрачено 600-650 у.о., для придбання матеріальних ресурсів.

Подібне співвідношення (58—62 %) має місце в сільському господарстві.

В будівництві дві третини (73—75 %) грошей, отриманих від виконання готових робіт, витрачаються на закупівлю матеріальних ресурсів.

Відповідно, діяльність у виробничих секторах економіки з придбання матеріальних ресурсів підприємствами, яка пов'язана зі значними витратами грошових коштів, потребує ефективного і раціонального управління закупівлею їх (ресурсів).

В багатьох видах діяльності в секторі послуг доля матеріальних витрат в операційних витратах з реалізації послуг, як слідує з таблиці 1, в 2-3 рази менше витрат з реалізації продукції, а в торговель-

ній, фінансовій діяльності вона становить всього декілька відсотків.

Але, не зважаючи на те, що діяльність підприємств сектору послуг більше залежить від праці, а не від сировини/матеріалів, ці підприємства неминуче займаються придбанням матеріальних ресурсів, і не суттєво в яких обсягах, важливо, щоб ресурси були придбані в ефективний спосіб. А для цього слід орієнтуватись на природу закупівель за її суттю (суттєвими ознаками, особливостями) та на вимоги, які пред'являються у зв'язку з цим до управління з метою здійснення ефективного і раціонального процесу закупівель, не врахування яких може негативно вплинути на успіх будь-якого підприємства.

Тому недостатня увага та відокремлення підприємств сектору послуг від виробничих підприємств при розгляді питань придбання ними матеріальних ресурсів з посиленням на їх малу матеріальну залежність є, на наш погляд, недоречними, і полягає в тому, що не враховується ряд суттєвих обставин.

По-перше, не береться до уваги той факт, що підприємства з надання послуг здійснюють, за сучасним трактуванням змісту економічної діяльності, виробництво їх (послуг) подібно виробництву товарів підприємствами виробничих секторів економіки. Згідно з визнаною у європейській науці теорією К. Кларка стосовно стадійності розвитку виробництва, послуги як продукт нематеріального виробництва, у своєму розвитку еволюціонували від виникнення та розвинення безпосередньо у складі матеріального виробництва (на першій стадії — аграрній, на другій — виробничій стадії), потім відокремлення їх в сферу послуг і, в кінцевому результаті, — до переважаючого по відношенню до матеріального виробництва, зростання виробництва послуг підприємствами цієї сфери, що за вказаною теорією є новою, третьою стадією розвитку виробництва.

Сфера послуг розглядається як сукупність видів економічної діяльності (галузей) з обслуговування, задоволення матеріальних і духовних потреб населення, створення найбільш сприятливих умов життєдіяльності тощо, тобто виробництв, що виконують сервісні функції з економічними параметрами, властивими будь-якому виробничому процесу. Це дало змогу, в кінцевому результаті, характеризувати цю сукупність як самостійні підприємства з продукування соціально-економічних благ та виділити ці підприємства сфери послуг в самостійний сектор економічної системи.

Віднесення підприємств сфери послуг за сучасним трактуванням змісту економічної діяльності до самостійного сектору економіки базується на тлумаченні виробничої діяльності, якою є

будь-яка діяльність, що приносить прибуток, а також на розподілі суспільної праці на два види: працю по виробництву продукції (товару) та працю по виробництву послуг, кожен із яких є продуктивним, а у своєму взаємозв'язку матеріальне виробництво (первинний і вторинний сектори) і виробництва послуг (третинний) розвиваються, впливаючи один на одного, та сприяють відповідним чином розвитку суспільного виробництва.

По-друге, не враховується значущість складової матеріальних витрат на амортизацію — експлуатацію, ремонт, оновлення засобів виробництва на підприємствах сектору послуг.

Як слідує з результатів проведеного аналізу (таблиця 2), витрати на придбання матеріальних ресурсів для амортизації на підприємствах з економічної діяльності, що залежить від праці (підприємства сектору послуг), відносно значно суттєвіші таких же витрат на підприємствах виробничих секторів.

Таблиця 2.

ВАГОМІСТЬ МАТЕРІАЛЬНИХ ВИТРАТ НА АМОРТИЗАЦІЮ ЗАГАЛЬНИХ МАТЕРІАЛЬНИХ ВИТРАТАХ ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вид Економічної Діяльності	Доля матеріальних витрат на амортизацію в операційних витратах з реалізації продукції (робіт/послуг), %	Співвідношення долі матеріальних витрат на амортизацію до загальних матеріальних витрат, Дані колонки 2 табл. 2 Дані колонки 2 табл. 1 (%)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	5—6	8—10
Промисловість	3—4	4—7
Будівництво	2—3	3—4
Торгівля, фінансова діяльність	0,5—1,5	20—250
Діяльність готелів та ресторанів, охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	5—8	15—20
Діяльність транспорту та зв'язку	10—12	30—50
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг, комунальні послуги, діяльність у сфері культури та спорту, освіта	6—10	40—60

При співставленні частки матеріальних витрат на амортизацію в операційних витратах з реалізації продукції (робіт/послуг) доля їх у промисловості складає 8—10 %, сільському господарстві — 4—7 %, будівництві — 3—4 %. В той же час в більшості видів економічної діяльності сектору послуг ця доля в десяток разів, а в торгівлі та фінансовій діяльності майже на два порядки більше по відношенню до такої долі у видах діяльності виробничих секторів.

Отже, витрати в секторі послуг, які спрямовуються на закупівлю матеріальних ресурсів для ремонту, експлуатації та оновлення засобів виробництва, є дуже важливими, їх роль і значення постійно зростатиме, оскільки в процесі надання послуг стрімко зростає застосування прогресивних новітніх технологій з використанням обладнання, інструментів та інших засобів виробництва.

Безумовно, функція закупівлі для підприємств сектору послуг по відношенню до підприємств виробничих секторів економіки є менш витратною, але не виключеною з його діяльності і тотожною, незалежно від того, чи підприємство надає матеріальну чи невідчутну (нематеріальну) послугу, хоча рівень важливості функції закупівлі тут буде неоднозначним як і неоднозначною буде структура матеріальних ресурсів, що закуповуються для продукування матеріальних та нематеріальних послуг.

Виробництво з надання матеріальних послуг потребує сировини/матеріалів/технічних засобів для продукування таких послуг, а також необхідних матеріальних ресурсів — іншої складової частини їх: на амортизацію засобів виробництва, диверсифікацію та новацію у виробничому процесі, соціальні потреби тощо, подібно підприємству з виробництвом товарів.

Матеріальні витрати на нематеріальні послуги значно менші та іншої структури, але виробничий процес нематеріальної послуги неможливий без матеріальних ресурсів як на продукування власне послуги, а головне в іншій складовій їх — для амортизації, диверсифікації, інновації тощо, подібно продукуванню матеріальних послуг. Отже, незалежно від обсягів використання/споживання матеріальних ресурсів, закупівля як процес і як функція були, є і будуть, і основні концепції стосовно ефективного управління закупівлями є загально прийнятними для будь-якого підприємства, у тому числі і для підприємств сектора послуг.

Висновки. Саме на основі виконаного трактування слід стверджувати, що на кожному підприємстві з виробництва чи то товару, чи то послуг, закупівля як бізнес-процес і як функція з придбанням матеріальних ресурсів (матеріалозабезпечення) існує незалежно від приналежності підприємства до сектору економіки, а також інсти-

туціональної структури економіки підприємства. Що стосується застосування поглядів (концепцій) щодо здійснення закупівель, придбання матеріальних ресурсів, їх структури тощо, то для вказаних підприємств вони будуть мати свої особливості, але це не означає, що для кожного підприємства є своя теорія закупівель. Звичайно, при придбанні матеріальних ресурсів слід враховувати специфіку бізнес-процесів закупівлі, але це не дає підстав для формування теорії закупівель для кожного виду підприємства в секторах економіки. Серцевиною усіх цих концепцій щодо здійснення закупівель є закупівельна функція, тому функція закупівель стосується підприємств усіх трьох секторів економіки і без виконання якої неможлива будь-яка економічна діяльність. Залучення закупівельної діяльності в сферу маркетингу підприємства та маркетинговий підхід до управління процесом і функцією закупівель дає змогу виявити структуру попиту підприємства на сировину, матеріали, обладнання тощо, організувати ефективне і раціональне матеріалозабезпечення для підприємств та впливати на ринок матеріальних ресурсів з метою найбільш повного його (попиту) задоволення.

Література:

1. *Мальченко В. В.* Системний підхід до структуризації попиту підприємства на матеріальні ресурси. Формування ринкової економіки. Зб. наук. праць. Спец. вип. Сучасні проблеми теорії і практики маркетингу. — К.: КНЕУ, 2005. — 604 с.
2. *Мальченко В. В.* Сегментування підприємства як промислового мікроринку з споживання матеріальних ресурсів. Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. — спец. вип. Маркетинг: теорія і практика. — К.: КНЕУ, 2009. — 653 [3] с.
3. *Мальченко В. М.* Маркетинг послуг : Навч. посіб. — К. : КНЕУ, 2006. — 360 с.
4. Статистичний щорічник України за 2008, 2009, 2010 роки.

Статтю подано до редакції 14.08.2013

УДК 65.01

Окландер Т. О.

кандидат економічних наук, доцент
Одеський національний політехнічний університет

ТАКТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ЗНИЖЕННЯ РИЗИКОВАНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

АНОТАЦІЯ. В статті ідентифіковано тактичні інструменти зниження ризикованості маркетингової діяльності. Запропоновані ознаки