

Секція 3 ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 348.465

Н.Г. Ушакова, канд. екон. наук, проф.

Ю.М. Борзило, студ.

Г.В. Рокитянська, студ.

СФЕРА ПОСЛУГ У СТРУКТУРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Розглянуто значущість сфери послуг, досліджено трансформацію структури та роль сфери послуг у довгостроковому економічному розвитку, розкрито основні причини відставання сфери послуг в Україні від провідних країн світу.

Рассмотрена значимость сферы услуг, исследованы трансформация структуры и роль сферы услуг в долгосрочном экономическом развитии, раскрыты основные причины отставания сферы услуг Украины от ведущих стран мира.

The article considers the importance of the service sector, investigated transformation of the structure and the role of services in the long-term economic development and discloses the main reasons for the lag services sector in Ukraine of the leading countries.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В зв'язку з переходом до постіндустріального типу суспільства роль сфери послуг значно зросла. Однією з найважливіших умов успішного розвитку країни та її економіки є розвиток сфери послуг. Насамперед це пов'язано з насиченням ринку новими товарами, ускладненням виробництва, та, звичайно, з швидким зростанням науково-технічного прогресу. Період 1990–2000 рр. ООН назвала періодом розвитку сфери послуг. За даними МВФ, усі види послуг складають на початку XXI ст. приблизно 1500 млрд дол. США (близько 70% вартості всього результату світового виробництва), а міжнародна торгівля послугами є сектором світового господарства, який розвивається найдинамічніше [1, с. 33-34]. Сфера послуг посідає головне місце в усіх національних економіках розвинених країн. На сьогодні в США у цій сфері зайнято 73% робочої сили, у Нідерландах – майже 50%, у Німеччині 4%, в Італії – 38%. Більше половини працездатного населення світу зайнято саме у сфері послуг [5, с. 10]. Саме тому визначення особливостей і чинників розвитку сфери послуг є дуже актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми функціонування та перспективи розвитку сфери послуг в національній економіці були проаналізовані в працях Т.Д. Бурменко [1], О.Б. Моргулеця [5], О. Шкарпової [9], С.А. Заїченко [3], О.В. Шапіряна [8], О.М. Шканової [6], С. Grongoos [11] та ін. У їхніх працях досліджується на розробка ефективної системи сервіс-менеджменту. З огляду на незначну кількість наукових праць у сфері сервісної діяльності можна стверджувати про недостатній рівень розробленості проблем сфери послуг.

Мета та завдання статті. Метою статті є визначення ролі та значення сфери послуг у структурі національної економіки. Для досягнення поставленої мети визначені такі завдання: обґрунтувати роль сфери послуг у формуванні ВВП, забезпеченні економічної стабільності та конкурентоспроможної позиції національної економіки на світовому ринку послуг; дослідити особливостей розвитку сфери послуг у сучасному економічному просторі.

Вклад основного матеріалу дослідження. Недостатність теоретичної та практичної розробленості проблем економічного зростання та його локомотивів викликають необхідність подальшого дослідження сфери послуг. Послуга – процес, що складається з серії невідчутних дій, які в разі необхідності виникають між споживачем і обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системою «підприємство – постачальник послуг» [11]. Сфера послуг є сукупністю галузей, підгалузей та видів діяльності, функціональне призначення якої виражається у виробництві та реалізації послуг і духовних благ населення [6].

Сучасний період є стрімким переходом розвинених країн від індустріальної економіки до сервісної, адже сфера послуг є рушієм господарського розвитку. За сучасних умов сфера послуг є однією з найперспективніших галузей економіки, що швидко розвивається. Як зазначено в звіті міжнародної консалтингової компанії «McKinsey», сфера послуг – це джерело довгострокового економічного зростання країн, що розвиваються. На рис. 1 показано, що за останні 30 років у розвинених країнах частка сфери послуг у ВВП зросла з 55% у 1970 році до 70% [9].

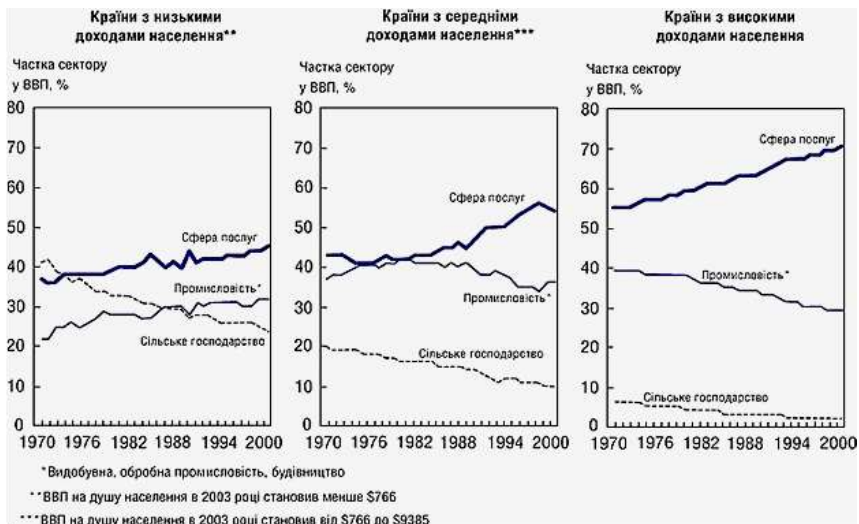


Рисунок 1 – Динаміка світового розвитку сфери послуг, промисловості та сільського господарства протягом ХХ ст. у світі [1]

Досліджуючи вплив розвитку сфери послуг у розвинених країнах на організацію та управління підприємствами, французький маркетолог М. Костецькі дійшов висновку, що економічні потрясіння, що відбуваються у світі, багато в чому пов'язані з формуванням сфери послуг, яка значно відрізняється від індустріальної економіки такими параметрами:

1. Підприємці націлені на підвищення ефекту корисності, а не на максимізацію випуску товарної продукції.
2. Поняття корисності ототожнюється з використанням товару й тим, наскільки досконалі системи, що включають не тільки матеріальний продукт, а й відповідні послуги.
3. Під якістю мається на увазі не вміння підприємства «добре робити свою справу», а здатність виробника встановити й постійно відстежувати відносини споживачем для максимізації ступеня задоволення його потреб.
4. Менеджмент в сервісній економіці, порівняно з індустріальною, стає гнучким, підвищується швидкість прийняття рішень, йому притаманні мережева організація та свобода маневру й відкритість.
5. Основна увага приділяється ефективності функціонування матеріально-сервісних систем, а основним чинником успішності

підприємства стає здатність зрозуміти системи переваг клієнтів і тенденції їх розвитку і якнайкраще задовольняти ці запити [12, с. 28].

На підставі теоретичних положень М. Костецькі, можна зробити наступні висновки щодо еволюції споживчої поведінки на сучасному ринку. По-перше, попит на послуги, а також на системи, до складу яких входять матеріальні предмети й послуги, може рости незалежно від зростання виробництва. Це пов'язано з тим, що функція використання товару дає споживачеві більше задоволення, ніж сам факт володіння ним. Звідси й підвищення попиту на послуги типу лізингу. У цьому випадку матеріальна продукція виступає всього лише як носій (умова, надання) послуги. Значно посилюється роль невлених атрибутів, таких як комфорт, доброзичливість і увага.

По-друге, орієнтація на споживача передбачає добре розуміння системи його цінностей, уміння з боку підприємства передбачати бажані для клієнта рішення. Для реалізації цієї мети продавець установлює діалогові відносини зі своїми клієнтами та стає для них консультантом.

По-третє, орієнтація на запити клієнта означає, що працівники підприємства, контактуючи з клієнтом, свої знання, досвід ставлять на службу останньому, пов'язуючи одночасно свої дії з реалізацією цілей свого підприємства.

По-четверте, успіх у реалізації стратегії орієнтації на споживача залежить вирішальною мірою від досвіду й можливості працівників. Базовим елементом цієї стратегії є організаційна гнучкість і ефективні системи мотивації [2].

У 2007 році, у зв'язку з інноваційною активністю сфери послуг та її значним зростанням, опубліковано доповідь «Розвиток інновацій у сфері послуг», представлену Експертною групою Єврокомісії з інновацій у сфері послуг (на базі Інституту дослідження інновацій (Institute of Innovation Research) при Манчестерському університеті, Великобританія) під керівництвом Дж. Ховеллса. Таким чином, був створений базис для розробки інноваційної політики, основними напрямками якої Експертна група виділила: вдосконалення правового регулювання; розвиток інтелектуальної бази – науки й освіти; стимулювання підприємництва та доступ до фінансових ресурсів; розвиток попиту та держзакупівель [3, с. 30].

Таким чином, останнім часом зростання інтересу до інновацій у сфері послуг є лише ознакою вирівнювання акцентів інноваційної політики, усунення історичної переваги в бік промислових інновацій. Багато країн, які не мають великих матеріальних та науково-технічних ресурсів, необхідних для масштабних індустріальних проривів,

забезпечують заради зростання економіки за рахунок інноваційного розвитку сектору послуг. Цей шлях має викликати певний інтерес і в Україні, ураховуючи незадовільний стан її виробничого та науково-технічного потенціалу на тлі відносно високої частки сфери послуг у ВВП.

У нинішніх умовах господарювання сфера послуг є, мабуть, єдиним сектором економіки, що в умовах структурної кризи нарощує обсяги виробництва. Динаміка обсягу реалізованих послуг має слабку тенденцію до зростання, що показано на рис. 2.

За 2012 рік обсяг експорту послуг становив 13527,6 млн дол. США і відносно відповідного періоду минулого року складав 98,1%, обсяг імпорту становив 6706,3 млн дол. і зріс на 7,6%. Позитивне сальдо становило 6821,3 млн дол. (за 2011 р. – відповідно 7557 млн дол.). На формування позитивного сальдо вплинула реалізація окремих видів послуг: трубопровідного транспорту (позитивне сальдо 3247,3 млн дол.), морського (1040,8 млн дол.), залізничного (945,1 млн дол.), повітряного (872,1 млн дол.), різні ділові, професійні та технічні послуги (821,3 млн дол.), допоміжні транспортні (510,2 млн дол.) та комп'ютерні (497,8 млн дол.) послуги. Зовнішньоторговельні операції послугами проводились 9203 юридичними особами – підприємствами з партнерами з 230 країн світу. Структура українського експорту послуг протягом тривалого часу залишалася незмінною, і за 2012 р. найбільші обсяги припадали на транспортні послуги, які склали 63% від загального обсягу експорту (за рахунок наданих послуг трубопровідного та залізничного транспорту), та різні ділові, професійні та технічні послуги – 14% (за рахунок обсягів у галузі сільського господарства, видобутку корисних копалин, переробки продукції на місцях). При цьому протягом 2011–2012 рр. щоквартально зростали обсяги наданих комп'ютерних послуг, зокрема ті, що пов'язані зі створенням програмного забезпечення та обробленням даних. У звітному році відносно попереднього обсяги комп'ютерних послуг збільшилися на 262,2 млн дол. (на 49,3%). Також спостерігалось зростання обсягів експорту допоміжних транспортних послуг – на 118 млн дол. (на 22,3%) та послуг із подорожей – на 116,7 млн дол. (на 25,6%). Одночасно скоротилися обсяги послуг трубопровідного транспорту – на 506,8 млн дол. (13,5%), залізничного – на 195,8 млн дол. (11%), фінансових послуг – на 64 млн дол. (20,5%) та послуг із ремонту – на 50,6 млн дол. (на 8,2%).

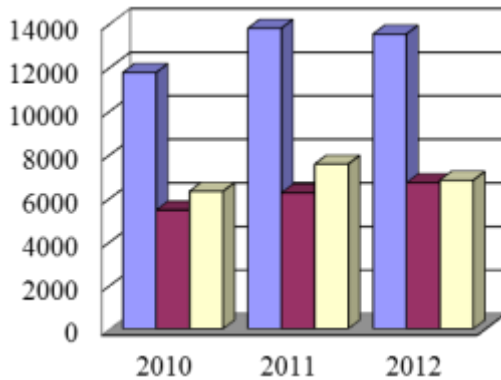


Рисунок 2 – Динаміка обсягів експорту-імпорту послуг [4, с. 12]:

■ – Експорт ■ – Імпорт ■ – Сальдо

Сучасний стан і розвиток ринку послуг в Україні характеризуються такими особливостями:

- динамічний розвиток за наявності великих резервів щодо розширення його видової структури, нарощування обсягів реалізації послуг;
- ефективне функціонування в його структурі малих господарських утворень;
- досягнення підприємствами колективної форми власності найкращих показників діяльності за обсягами, видовою структурою;
- залежність розвитку малого підприємництва на ринку послуг від загальної уваги, фінансової підтримки держави. Однак проблеми економічного розвитку, наповнення державного і місцевих бюджетів унеможливають оптимальну його фінансову підтримку [10, с. 304].

Незважаючи на позитивну динаміку зростання обсягів послуг в Україні, досягнуті показники істотно нижчі, ніж у країнах Європи й Америки. Це пов'язано з недостатнім розвитком нових інформаційних технологій і, відповідно, обсягів послуг провайдерів мобільного зв'язку, Internet; недостатнім використанням маркетингово-логістичного підходу при організації та розвитку товарного виробництва, що знижує затребуваність у наданні послуг з маркетингу, у пошуку й визначенні вигідних постачальників, оптимізації доставки сировини, матеріалів і комплектуючих виробів, оптимізації внутрішньозаводського транспортування, величини запасів, складування, продажів, оформлення замовлень й іншої документації.

Низький дохід на душу населення в Україні знижує попит на потрібні, але досить дорогі послуги, про що свідчать дані розподілу кінцевих споживчих витрат домашніх господарств за цілями, подані на рис. 3.

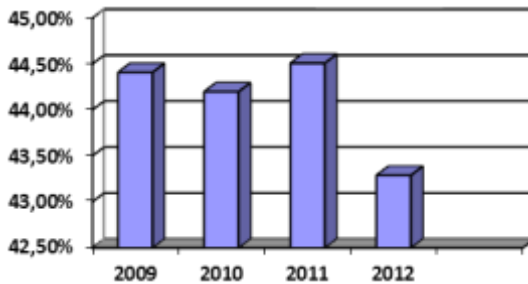


Рисунок 3 – Частка послуг у структурі споживчих витрат домашніх господарств за цілями на 2010–2012 рр., складено за [7, с. 358], %

Частка витрат домашніх господарств на послуги нелінійно змінюється. Кінцеві споживчі витрати стали головним рушієм економічного зростання, сформувавши 8,6 приросту ВВП у 2012 р. (рис. 2). Визначальним чинником зростання споживчих витрат був попит з боку домогосподарств, обумовлений тим, що реальні наявні доходи населення за 2012 р., порівняно з 2011, за попередніми даними збільшилися на 9,7%, а витрати на придбання товарів і послуг зросли на 14,4%. Значно знизилася вага валового нагромадження як джерела економічного зростання, яке у 2012 р. зменшилося на 12,9%. При цьому два попередні роки зростання валового нагромадження складало понад 20%. Проте такий негативний вплив пов'язаний передусім зі зменшенням запасів, тоді як обсяги нагромадження основного капіталу мали незначну позитивну динаміку. Але, порівняно із динамікою світового ринку послуг, в Україні спостерігається суттєве відставання в розвитку цього ринку.

Для підтримки розвитку сфери послуг необхідним є вирішення комплексу складних завдань:

- формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у секторі послуг, створення економічного та правового середовища, яке забезпечувало б стимулювання ділової активності населення (закріплення правових гарантій, які забезпечують свободу, захист та підтримку приватного бізнесу та недержавних форм підприємництва; врахування думки підприємницьких кіл під час

підготовки та прийняття законодавчих актів та постанов; формування ринкової інфраструктури, яка забезпечуватиме підприємницьку діяльність);

– створення реальних можливостей кожному підприємству для початку самостійної підприємницької діяльності у сфері послуг, доступу до виробничих, матеріально-технічних та фінансових ресурсів (спрощення порядку реєстрації підприємств сфери послуг; подальший розвиток комерційної системи інформаційного забезпечення підприємницької діяльності);

– кадрове забезпечення розвитку підприємницької діяльності у сфері послуг (формування мережі бізнес-шкіл, навчально-ділових центрів на їх базі; створення та організація діяльності Ради у справах соціальної адаптації та підготовки кадрів для сфери послуг; організація вивчення та використання досвіду діяльності існуючих структур підтримки підприємництва у інших регіонах; розробка плану заходів по наданню державної підтримки молодіжного підприємництва в сфері послуг);

– здійснення заходів у галузі інвестиційної політики, спрямованих на підтримку підприємництва у сфері послуг регіону (раціональний перерозподіл інвестиційних ресурсів регіону, враховуючи пріоритетність розвитку сектору послуг; відтворення та розвиток сфери колективного підприємництва та взаємодопомоги: виробничих, позичково-ощадних, ощадно-збутових та інших товариств) [8, с. 12].

Висновки. У статті розглянуто зростаюче значення сфери послуг в економічному розвитку національної економіки, досліджено трансформацію структури та роль локомотивів економічного зростання в довгостроковому економічному розвитку, розкрито основні причини відставання сфери послуг в Україні від провідних країн світу, а саме: відставання НТП, недостатнє фінансування, неготовність кадрових потенціалів.

Список літератури

1. Бурменко Т. Д. Сфера услуг: экономика : учебное пособие / Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко. – М. : КНОРУС, 2008. – 328 с.
2. Еволюція потреб покупця і стратегія маркетингу послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.dl5.ru/42-yevolyuciya-potrebnostej-pokupatelya-i-strategiya.html>>.
3. Заиченко С. А. Развитие инноваций в сфере услуг / С. А. Заиченко // Форсайт. – 2007. – № 1 (1). – С. 30 – 33.
4. Зовнішня торгівля послугами. – К. : Держкомстат, 2012. – 14 с.
5. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навч. посіб. / О. Б. Моргулець. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.

6. Моргулець О. Б. Роль сфери послуг в економічній системі України / О. Б. Моргулець // Економіка та менеджмент : зб. наук. пр. – Луцьк : Нац. техн. ун-т, 2010. – Вип. 7 (26), т. 2. – С. 27–35.

7. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2012 році: Щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України. – К. : НІСД, 2013. – 576 с.

8. Шапірян О. В. Маркетинг послуг : навч. посібник / О. В. Шапірян. – К. : Кондор, 2008. – 250 с.

9. Шкарпова О. Країна добрих послуг [Електронний ресурс] / О. Шкарпова. – Режим доступу : <<http://www.kontrakty.com.ua/show/ukr/article/30/0320066744.html>>.

10. Шканова О. М. Маркетинг послуг : навч. посібник / О. М. Шканова. – К. : Кондор, 2003. – 304 с.

11. Gronroos C. Service management and marketing / C. Gronroos. – West Sussex, 2000.

12. The Political Economy of the World Trading System / Hoekman [et al.]. – Second Edition. – Oxford Univ. Press, 2001. – P. 28.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.

© Н.Г. Ушакова, Ю.М. Борзило, Г.В. Рокитянська, 2013.

УДК 331.5.024.5

Н.І. Єсінова, канд. техн. наук, проф.

І.В. Світлична, студ.

РИНОК ПРАЦІ МОЛОДІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Визначено основні характеристики ринку праці. Досліджено проблеми підвищення конкурентоспроможності молоді на ринку праці. Указано шляхи врегулювання та схеми для подолання проблеми безробіття молоді.

Определены основные характеристики рынка труда. Исследованы проблемы повышения конкурентоспособности молодежи на рынке труда. Указаны пути регулирования и схемы для преодоления безработицы молодежи.

Main characteristics of labor market are determined. The problems of improving competitiveness of youth in the labor market are researched. The ways and settlement schemes for overcoming youth unemployment are indicated.