

УДК [334.012.61-022.51:338.46](477)

В.В. Мороз, аспірант

Чернігівський державний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

РОЛЬ СФЕРИ ПОСЛУГ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

У статті розглянуто вагомість сфери послуг як продуктивно-перспективної галузі в національній економіці України, її роль у формуванні постіндустріального економічно стабільного суспільства.

Ключові слова: сфера послуг, сервісні підприємства, постіндустріальне суспільство, нематеріальне виробництво, стандарти обслуговування.

В статье рассмотрено значимость сферы услуг как продуктивно-перспективной отрасли в национальной экономике Украины, ее роль в формировании постиндустриального экономически стабильного общества.

Ключевые слова: сфера услуг, сервисные предприятия, постиндустриальное общество, нематериальное производство, стандарты обслуживания.

Ponderability of service business, as productively-perspective sector in the national economy of Ukraine, and the role in forming of post-industrial economic stable society is considered in the article.

Key words: service sector, service companies, postindustrial society, immaterial production, service standards.

Постановка проблеми. Сфера послуг являє собою сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких у системі суспільного виробництва виражається у виробництві та реалізації послуг і духовних благ для населення. Сьогодні розвиток сервісної індустрії ми можемо спостерігати на кожному кроці: пасажирські перевезення, банківські послуги, парки атракціонів, готелі, перукарні, страхові компанії, телефонний зв'язок, кінотеатри, ресторани та багато іншого.

Останні десятиліття характеризуються збільшенням ролі сфери послуг малих підприємств у світовій економіці. Розширюється спектр пропонованих послуг, спостерігається зростання числа зайнятих у цій сфері. У розвинутих країнах сфера послуг за значущістю посідає головне місце в національній економіці, про що свідчить динаміка середньорічних темпів приросту валового внутрішнього продукту в невиробничій сфері. У світовій економіці також спостерігається постійне збільшення обсягів експортно-імпортних операцій у сфері послуг. Така динаміка цілком відповідає тенденції глобалізації світової економічної системи і сучасними науковцями розцінюється як ознака формування нового типу економіки, характерного для етапу постіндустріального розвитку.

В Україні загальною проблемою є недооцінювання важливої ролі сфери послуг малих підприємств у процесі становлення і розвитку нового економічно стабільного суспільства вільно конкуруючого на міжнародному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідивши публікації, що стосуються визнання ролі та вирішення проблем розвитку вітчизняної сфери послуг, можна відзначити, що донедавна діяльність у невиробничій сфері взагалі була поза увагою як науковців, так і владних економічних структур. Але реформування і перехід економіки країни до ринкових методів господарювання сприяли комерціалізації сфери послуг, що стимулювало стрімкий її розвиток і привабило до цієї сфери підприємців малого та середнього бізнесу.

На сьогодні день існує незначна кількість комплексних досліджень та публікацій щодо проблем та перспектив розвитку сфери послуг України. З них, як основні, можна виділити: серед вітчизняних авторів – посібник за редакцією В.В. Апорія [5]; праці О.В. Пашука [7]; О. Решетняк [8]; В.І. Куценка і Г.І. Трілленбурга [3]. Заслужують на увагу також російські та інші зарубіжні автори – В.Е. Гордіна і М.Д. Сущинську [1]; Т.Д. Бушменко [10]; Л. Демидову [2]; С. Loveloc [4]; С. Gronroos [11]; R. Norman [12], праці яких направлені на розробку ефективної системи сервіс-менеджменту. З огляду на незначну кількість наукових досліджень у сфері сервісної діяльності можна стверджувати про недостатній рівень розробленості проблем сфери послуг малого підприємництва.

Мета дослідження. Обґрунтування провідної ролі сфери послуг малих підприємств у формуванні ВВП, забезпеченні економічної стабільності та конкурентоспроможної позиції України на світовому ринку послуг.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до теорії Д. Белла, існує три стадії економічного розвитку суспільства – доіндустріальна, індустріальна і постіндустріальна. Зародження постіндустріального суспільства характеризується домінуванням у робочій силі професійного й технічного класу замість промислового пролетаріату. При цьому перехід від індустріального до постіндустріального суспільства має кілька етапів: перший – розвиток промисловості припускає експансію транспорту й суспільних служб як послуг, пов'язаних з рухом товарів; другий – зростання сфери розподілу (оптової й роздрібною торгівлі), фінансового сектору, операцій з нерухомістю і страхуванням в умовах масового споживання благ; на третьому етапі зростання національного доходу супроводжується збільшенням у населення частки витрат на придбання предметів розкоші, на відпочинок і споживання інших послуг [4].

Зазначені передумови переходу на новий етап розвитку економіки та суспільства загалом яскраво характеризують нинішні зміни в невиробничій сфері.

Слід зазначити, що в умовах постіндустріального суспільства особливостями сфери послуг є: високий динамізм, територіальна сегментація й локальний характер, висока швидкість обороту капіталу внаслідок короткого виробничого циклу, їхня висока чутливість до ринкової кон'юнктури у зв'язку з неможливістю транспортування і складування послуги, індивідуальність і нестандартність надаваних послуг, висока диференціація продукту в одній галузі, неоднозначна оцінка інформації виробником і споживачем.

Оцінюючи розвиток сфери послуг двох останніх десятиліть у світовому масштабі, можна відзначити, що визначальними факторами є науково-технічна революція та структурно-технологічна перебудова матеріального виробництва. Так, науково-технічна революція стимулює вихід на ринок широкого спектра нових послуг, пов'язаних з інформаційними технологіями, комп'ютеризацією, новими способами комунікацій. У зв'язку з цим розвиток послуг стимулює проведення в багатьох країнах процесів приватизації і реструктуризації сервісної діяльності (транспорту, телекомунікацій, фінансових і страхових послуг). Крім цього, науково-технічний прогрес знімає бар'єри при передачі послуг на відстані, надаючи їм міжнародний характер [2].

Також серед причин, що пояснюють швидкий розвиток сфери послуг, можна виділити перетікання працюючих із виробничої сфери у сферу послуг внаслідок автоматизації промисловості, зростання доходів на душу населення; розширення міжнародної торгівлі; збільшення спектра пропонованих послуг.

В нинішніх умовах господарювання сфера послуг є, мабуть, єдиним сектором економіки, що в умовах структурної кризи нарощує обсяги виробництва. Діаграма на рисунку наглядно показує як змінилась динаміка обсягу реалізованих послуг за останні роки.

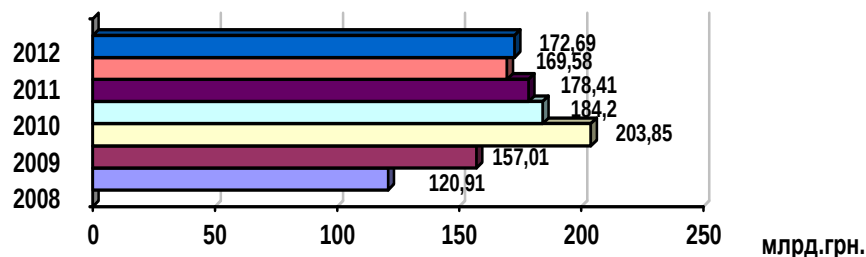


Рис. Динаміка обсягів реалізованих послуг за 2006-2012 рр.

Джерело: за даними Державного комітету статистики України.

Динаміка обсягу реалізованих послуг має тенденцію зростання, незважаючи на певне зниження обсягу в 2009 р. у порівнянні з 2008 р. на 9,7 %, що є наслідком негативного впливу світової економічної кризи, але уже за перше півріччя 2010 р. невиробничою сферою було реалізовано 111,1 млрд. грн послуг. Проте на кінець 2010 та 2011 рр. спостерігається незначний спад, а вже у 2012 році обсяг реалізованих послуг становив 172,69 млрд. грн, що показує тенденцію до зростання.

Загалом, для сучасної структури ВВП України по галузях характерний стабільний розвиток сфери послуг малих підприємств, що нині сягає 45 % і забезпечує робочі місця 55 % зайнятих у господарстві країни людей. Найбільшими секторами сфери послуг в Україні є торгівля та ремонт автомобілів, транспорт та зв'язок, фінанси і кредит. Наростаючими темпами розвиваються туристичний сектор (у т. ч. готельне господарство), побутові послуги, послуги швидкого харчування, ремонтно-будівельні послуги та сектор послуг, пов'язаний з розважальними і видовищними заходами.

Разом з тим розвиток сфери послуг малого підприємництва в Україні зазнає постійного впливу як позитивних, так і негативних чинників. Серед негативних головними є: невисокий рівень конкуренції між підприємствами сфери послуг; слабе реагування державних сервісних підприємств на мінливі умови ринку; недосконалість нормативно-правової бази, що регламентує діяльність підприємств сфери обслуговування та ін. До позитивних чинників можна віднести значне збільшення кількості сервісних підприємств; появу на вітчизняному ринку іноземних конкурентів, що мають досвід організації сервісної діяльності у своїх країнах; розвиток малого і середнього бізнесу тощо.

Відзначимо, що досі існує проблема визнання виробництва послуг продуктивною працею. У західних країнах послуги переважно враховуються в складі ВВП і становлять один з головних пріоритетів державної економічної політики. У нашій же країні склалося інше ставлення до сфери обслуговування. Тільки незначна частина послуг у галузях будівництва, транспорту, зв'язку, у сфері обслуговування матеріального виробництва включалася до складу ВВП. Переважна ж частина послуг: житлово-комунальне господарство, побутове обслуговування, охорона здоров'я, освіта, фізкультура і спорт, культура і мистецтво, наука і багато інших – належала до невиробничої сфери. За діючою й дотепер методологією обліку результати діяльності невиробничої сфери не враховуються в національному доході і фінансуються з державного бюджету за залишковим принципом. Проте ми поступово переходимо на міжнародну систему рахунків, змінюються також джерела фінансування, але розраховувати на те, що сфера послуг найближчим часом стане пріоритетною для держави, не доводиться. Для успішного розвитку цієї галузі сьогодні сприятливим було б спрощення процедури реєстрації та ліцензування, ведення економічної звітності, кредитування.

Якщо послуга є результатом корисної діяльності, що змінює стан особи або товару, то в умовах ринкової економіки цей результат, безумовно, є товаром, він має і цінову вартість, і корисність. Але це товар специфічний, що має характеристики, які відрізняють послуги від товарів матеріальних.

Так, послуги, на відміну від інших товарів, виробляються і споживаються в основному одночасно, внаслідок чого виникає багато особливостей у їх виробництві. По-перше, послуги не підлягають збереженню, що дозволяє виробникам зводити свій оборотний капітал до мінімуму, тому що витрати на утримання складських приміщень, зберігання, охорону, закупівлю сировини тощо практично відсутні. По-друге, на ринку послуг набагато гостріше постає проблема регулювання попиту і пропозиції, ніж на ринку інших товарів, тому що багато операцій у торгівлі пов'язані з торговельним посередництвом і можливостями попереднього, завчасного виробництва і збереження товарів. По-третє, у багатьох випадках продаж послуг потребує підвищеної мобільності від продавця і покупця через те, що багато послуг базуються на безпосередньому контакті виробників і споживачів. Наприклад, вихід на ринки послуг інших регіонів потребує створення в цих регіонах філій виробника послуг.

У силу своєї природи послуги не мають гарантованих стандартів якості. Інакше кажучи, послугам властивий високий ступінь невизначеності. Ця обставина ставить споживача послуг у невідгдане положення тому, що результат послуги, її корисний ефект він зможе оцінити лише після її надання; а виробникам у цих умовах складно здійснювати просування послуг.

Саме в силу своєї невизначеності або мінливості, сфера послуг потребує державного регулювання більшою мірою, ніж ринки інших товарів. Найчастіше державне втручання у функціонування ринку послуг викликається не тільки економічними, але й політичними та соціальними причинами. Наприклад, встановлення контролю або домінування будь-яких підприємницьких структур у таких сегментах ринку послуг, як банківська справа, інформація і телекомунікації тощо, може становити реальну загрозу національному суверенітету і безпеці країни. Тому практично у всіх країнах розробляються заходи для державного регулювання сфери послуг і встановлення певних стандартів, що регламентують зміст послуг та якість їх надання. Особливо важливі ці стандарти в таких секторах сфери послуг, як охорона здоров'я, освіта, телекомунікації, діяльність фінансових посередників на фондовому і кредитному ринках тощо.

Стандарт обслуговування встановлює формальні критерії, за якими оцінюють рівень обслуговування клієнтів і професійну діяльність працівників фірми. Нині більшість вітчизняних сервісних підприємств уже засвоїли основні правила обслуговування клієнтів, які лежать в основі стандартів, це: максимальна увага до клієнтів; висока якість комплексу послуг; постійне підвищення освітнього і кваліфікаційного рівня спеціалістів та обслуговуючого персоналу; грамотне та оперативне застосування форм і методів паблік рилейшинз з метою підвищення популярності в суспільстві.

Висновки. З викладеного вище матеріалу можна зробити висновок, що суттєве розширення номенклатури послуг і стрімке нарощування обсягів реалізації підтверджує перспективність цієї галузі. А світовий досвід, в свою чергу, доводить, що діяльність у сфері обслуговування може бути продуктивною і стимулювати підвищення ефективності національного господарства, але лише за умови активної підтримки державою її розвитку.

Тому особливо важливим питанням залишається визначення оптимальної законодавчої бази, яка б забезпечила ефективний розвиток комерційного підприємництва на ринку послуг і національної економіки загалом. Політика держави у сфері послуг повинна забезпечити умови для вільної конкуренції та відкрити простір для технічного і технологічного прогресу. Вона повинна стати ефективною передумовою гнучкої адаптації суб'єктів бізнесу на ринку послуг до мінливого конкурентного середовища.

Список використаних джерел

1. Гордин В. Э. Менеджмент в сфере услуг : учебник / В. Э. Гордин, М. Д. Сущинская. – СПб. : Бизнес-пресса, 2007. – 271 с.
2. Демидова Л. С. Сфера услуг в постиндустриальной экономике / Л. С. Демидова // Мировая экономика и международные отношения. – 1999. – № 2. – С. 23-28.
3. Куценко В. І. Менеджмент сфери послуг / В. І. Куценко, Г. І. Трілленберг ; НАН України; Рада по вивченню продуктивних сил України. – К., 2007. – 459 с.
4. Лавлок К. Маркетинг послуг: персонал, технологи, стратегии / К. Лавлок. – М. : Вильямс, 2005. – 1008 с.
5. Організація і технологія надання послуг : навч. посіб. / В. В. Апопій, І. І. Олексін, Н. О. Шутовська, Т. В. Футало ; за ред. В. В. Апопія. – К. : Академія, 2006. – 312 с.
6. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
7. Пащук О. В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід : навч. посіб. / О. В. Пащук. – К. : Професіонал, 2008. – 560 с.
8. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг / О. Решетняк. – Х. : Фактор, 2008. – 544 с.
9. Сфера обслуговування в Україні: нормативні документи : збірник основних законодавчих актів / упор. О. М. Роїна. – К. : КНТ, 2007. – 457 с.
10. Сфера услуг: менеджмент : учебное пособие / под ред. Т. Д. Бурменко. – М. : КНОРУС, 2007. – 416 с.
11. Gronroos C. Service management and marketing. West Sussex, 2010.
12. Service management. Strategy and leadership in Service Business / Ed. R. Norman. – N.Y., 2010.