

УДК 338.467

Н.В. Іванова, канд. екон. наук, доцент**Н.О. Постоляко**, студентка

Чернігівський державний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті здійснено аналіз ринку послуг України, оцінено його структуру та виявлено передумови і тенденції розвитку. Останні роки спостерігається збільшення обсягу послуг ділового характеру, що потребує удосконалення системи виробничого обслуговування підприємств і становлення інфраструктурного комплексу. Особливу увагу приділено інноваційному підходу в забезпеченні розвитку сфери послуг та впровадженню засобів інформаційно-комунікаційних технологій.

Ключові слова: послуги, ринок послуг, ділові послуги, виробнича інфраструктура, інновація, інформаційно-комунікаційна технологія, електронна комерція

Постановка проблеми. По мірі еволюції людства, науково-технічного прогресу, механізації та автоматизації промислового виробництва, сфера послуг набирає темпи свого розвитку і стає ключовим сектором економіки. Аналітичні спостереження свідчать, що інтенсивний розвиток сфери послуг та зростання її частки у валовому національному продукті (ВНП) є однією з ознак переходу країни до етапу постіндустріального розвитку. В постіндустріальній економіці основні невирішені задачі знаходяться якраз у сфері управління технікою, а особливий розвиток і цінність набуває інтелектуальна людська праця. Відгалуження інтелектуальної праці створює величезну кількість спеціальностей і професій, що вимагають наукової підготовки, значну кількість робочих місць, високий ступінь інтеграції сумісних людських зусиль. Ці тенденції напряду відносяться до сфери послуг, що обумовлює наразі її прискорене зростання відносно матеріального виробництва. Вирішення питання розвитку сфери послуг та об'єктів інфраструктури як її складових зберігає значущість протягом декількох десятиліть і набуває актуальності на цьому етапі становлення світової та вітчизняної економіки. Особливе значення має використання останніх досягнень ІТ-індустрії та формування на цій основі нових видів послуг, серед яких можна відмітити електронну комерцію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Активізація наукових досліджень сфери послуг спостерігалася в середині минулого сторіччя закордонними вченими. Однією з базових у цій галузі стала теорія трьох секторів Кларка К., Фишера А. і Фурастьє Ж., у якій на основі динаміки граничної продуктивності виявлені тенденції зайнятості по основних секторах суспільного відтворення та науково обґрунтовані довгострокові глобальні тенденції пріоритетного розвитку сфери послуг. На сьогодні наукові дослідження розвитку сфери послуг суттєво розгалужені, особливо стосовно теорії та методології стратегічного управління, питань конкурентоздатності сервісних структур. Особливої значимості набули праці закордонних учених: Аакера Д., Акоффа Р., Ансоффа І., Байєра М., Блекуелла Р., Боумена К., Вебера М., Грейсона Дж., О'делла К., Друкера П., Карлофа Б., Кінга У., Коно Т., Котлера Ф., Клїланда Д., Ламбена Ж., Левітта Т., Мескона М., Пітерса Т., Портера М., Скотта Б., Сміта В., Стрикленда А., Тейлора Ф., Томпсона А., Хаксевера К., Хендерсона Б.Д., Шумпетера Й., Енджела Дж. та ін.

Серед російських авторів необхідно відзначити наукові праці Вальтуха К., Васильчука Ю., Вільховченка Є., Іноземцева В., Маєвського В., Надея С., Цвильова Р. та інших. Також вітчизняні науковці у своїх дослідженнях піднімали питання розвитку сфери послуг: Амоша О., Андрієнко В., Власюк О., Гальчинський А., Геєць В., Демидова Л., Зернецька О., Куценко В., Маркова В., Новицький В., Павленко Ю., Парфенцева Н., Пірожков С., Плотніков О., Продіус І., Ревенко А., Савельєв Є., Трегобчук В., Челенков А., Філіпенко А., Чухно А., Швиданенко Г., Юхименко В.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Становлення економіки послуг – процес, властивий всім країнам. Але він реалізується в кожній з них по мірі формування внутрішніх передумов, у прямій залежності від рівня економічного розвитку.

Історично більшість послуг, за винятком транспорту і зв'язку, тривалий час розвивалися відокремлено від технічного прогресу, спираючись, в основному, на залучення трудових ресурсів і використання нескладних, іноді навіть примітивних технологій, і ця ситуація до останнього часу змінювалася досить повільно. Нова хвиля науково-технічного прогресу (НТП) охопила і цю сферу, а послуги стали широким полем для застосування його сучасних досягнень, насамперед електроніки та інформаційно-комунікаційних технологій.

Однією з основних проблем, яка носить як науковий, так і прикладний характер, є сполучення пріоритетних напрямів розвитку сфери послуг із останніми досягненнями науково-технічного прогресу. Необхідно досягти узгодженості внутрішніх стимулів росту видів економічної діяльності по обслуговуванню соціальних потреб і матеріального виробництва із залученням сучасних можливостей ІТ-індустрії.

Мета статті полягає у визначенні пріоритетних напрямів розвитку сфер послуг на основі аналізу передумов і стимулюючих розвиток факторів як внутрішнього, так і зовнішнього характеру. Особливу зацікавленість викликає оцінка можливостей запровадження закордонного досвіду модернізації системи виробничого обслуговування у вітчизняному інфраструктурному комплексі в умовах переходу до постіндустріальної стадії розвитку суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сфера послуг як особливий вид економічної діяльності з'явилася на самих ранніх етапах розвитку людства. Її розвиток визначався прогресом матеріального виробництва – можливістю для суспільства утримувати людей, які безпосередньо не виробляють матеріальних благ. Злам у розвитку відбувся в епоху НТР. Невипадково багато з суспільствознавців називають зароджене постіндустріальне суспільство сервісним. Якщо раніше ступінь розвитку сфери послуг залежав від успіхів матеріального виробництва, то тепер багато в чому матеріальне виробництво залежить від рівня сервісу. Не менш важливою причиною розвитку сфери послуг є глибокі перетворення в системі суспільних потреб. Ускладнення техніки, технологій, структури виробництва, зростання життєвого рівня населення і його соціальної активності, а також вдосконалення самої людини (підвищення освітнього і культурного рівня тощо) послідовно розширювали спектр потреб виробництва і населення.

Послуги трактуються як діяльність суб'єктів, яка не набуває матеріально-речової форми і задовольняє певні потреби замовників – особисті, колективні, громадські. Специфіка послуг як продукції полягає в тому, що послуги не накопичуються (за виключенням окремих видів), не транспортуються, не існують окремо від виробників, тобто вони споживаються, в основному, в момент їх надання [1, с. 159].

Особливістю сучасної сфери послуг є те, що вона, принаймні, не менше націлена на задоволення виробничих потреб, ніж особистих. Останнім часом провідні позиції зайняли орієнтовані для проміжного споживання ділові послуги, створені для обслуговування бізнесу, що є ознакою зростання рівня розвитку економіки країни [2]. Значна частина них являє собою продовження виробничого процесу, спрямованого на забезпечення надійної експлуатації реалізованої продукції. Серед послуг з технічного обслуговування і забезпечення запасними частинами, які реалізуються підприємствам машино-технічної продукції, можна виділити перед- і післяпродажний сервіс, що включає розпакування, виправлення ушкоджень, випробування вузлів і систем, інструктаж споживачів і доукомплектування виробів з урахуванням вимог покупців, аж до заміни деталей, а також технічне обслуговування в гарантійний і післягарантійний строк, у тому

числі усунення дефектів, профілактичний огляд, постачання запасними частинами, ремонт виробів та їхню модернізацію. Ця обставина одержала відбиття в наступному узагальненому визначенні послуг: «Послуги носять характер інфраструктури, що обслуговують виробничу й усяку іншу діяльність у країні» [3, с. 74].

У 2010 р. на ринку послуг України із 82,1 тис. зареєстрованих підприємств – юридичних осіб та їхніх відокремлених підрозділів, основним видом діяльності яких є надання нефінансових послуг, фактично працювало 64 тис. підприємств, або 78 % загальної кількості. Це зумовлено тим, що майже кожне п'яте підприємство, яке обрало основним видом діяльності надання послуг, тимчасово призупинило діяльність або змінило основний вид діяльності на такий, що не належить до сфери послуг. Порівняно з 2009 р. кількість працюючих підприємств та їхніх відокремлених підрозділів зменшилась на 7,2 %, або майже на 5 тис. підприємств.

У країні спостерігається і територіальна концентрація цього виду діяльності. Так, більше половини підприємств, що надають споживачам різноманітні послуги, функціонують у шести регіонах України: м. Києві, Донецькій, Одеській, Харківській, Дніпропетровській та Львівській областях.

Незважаючи на той факт, що деякі економісти вважають сферу послуг осередком низькокваліфікованої робочої сили, необхідно зазначити, що у світі переважають такі ключові для економічного росту послуги, які є високооплачувані та потребують достатньої кваліфікації персоналу, а саме: транспортні, телекомунікаційні, фінансові, бухгалтерські, консультаційні тощо [2]. Україна в цьому плані не є виключенням. У 2010 році найбільшою, як і раніше, залишалася кількість підприємств, що здійснювали операції з нерухомим майном – 12,7 тис., або 19,9 % загальної кількості тих, що надавали споживачам послуги. Послугами у сфері інжинірингу, геології та геодезії займалися 5,1 тис. підприємств, або 8,0 %; надавали юридичні послуги, послуги з бухгалтерського обліку та аудиту, консультували з питань комерційної діяльності та управління 4,9 тис., або 7,7 % підприємств; надавали послуги транспорту – 4,4 тис., або 6,9 %; послуги з інформатизації й послуги з проведення розслідувань та забезпечення безпеки – по 2,4 тис., або 3,8 % з кожного виду; освітні послуги – 2,3 тис., або 3,7 %; індивідуальні послуги – 2,2 тис., або 3,5 %. На частку підприємств інших видів діяльності припадало 33,6 % загальної кількості підприємств.

Зазначені види ділових послуг надаються працівниками із вищою освітою. Для підтвердження наведемо табл. 1, з якої видно, що освітній рівень у сфері послуг у середньому вищий, ніж у сільськогосподарському та промисловому виробництві.

Таблиця 1

Розподіл працівників за рівнем освіти та видами економічної діяльності у 2010 році в Україні

Вид економічної діяльності	Питома вага штатних працівників, які мають	
	неповну та базову вищу освіту, %	повну вищу освіту, %
Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги	14,9	11,6
Промисловість	23,1	21,7
добувна промисловість	22,5	13,9
переробна промисловість	22,2	22,6
Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	24,1	32,1
Діяльність транспорту	21,4	19,6
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	18,6	42,6
Середній рівень освіченості найманих працівників по країні	24,0	32,6

Вважається також, що з досягненням країною середнього рівня добробуту, послуги починають відігравати більш важливу роль у створенні робочих місць, ніж обробна промисловість [2].

Ступінь доступності високоякісних послуг впливає на темпи економічного росту у всіх інших секторах економіки, оскільки кожне підприємство та організація користується діловими послугами. Підтвердженням цього є щорічне, за виключенням 2009 р., зростання обсягів реалізованих послуг (рис. 1).

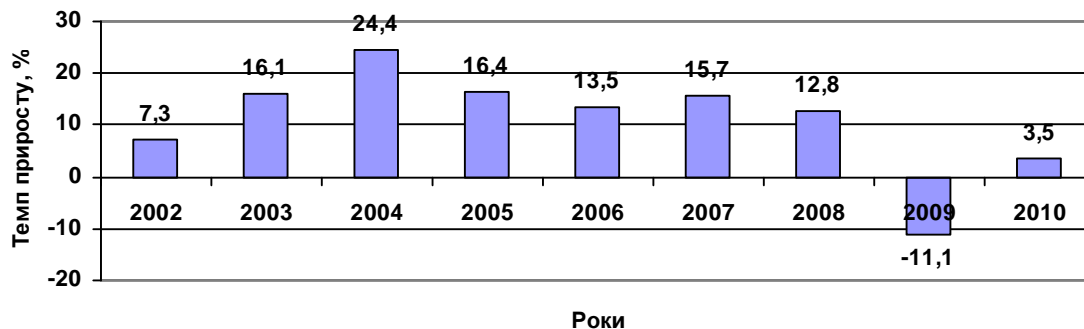
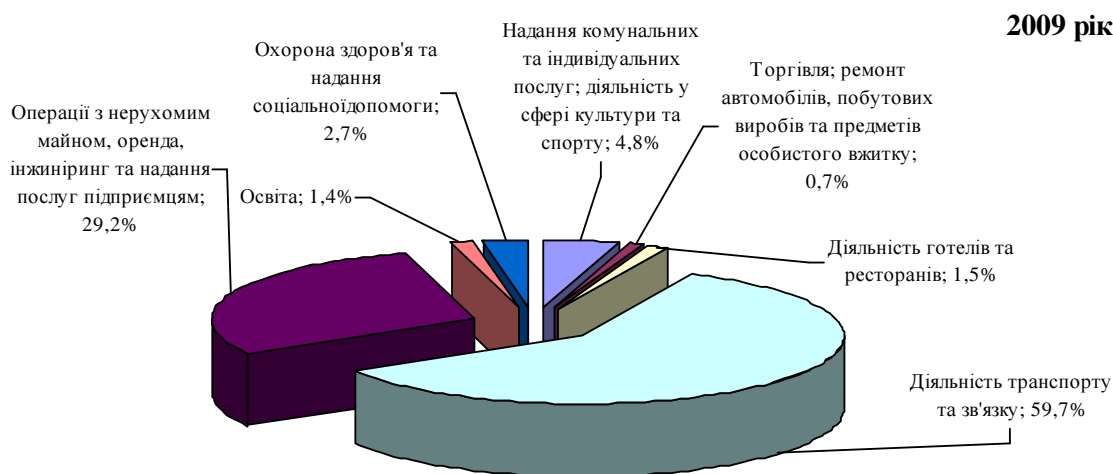


Рис. 1. Динаміка обсягів реалізованих послуг в Україні

У 2010 р. обсяг реалізованих послуг збільшився на 3,5 % (з урахуванням зміни цін) порівняно з 2009 р. Найбільше зростання обсягів послуг відбулося на підприємствах, що надавали готельні та ресторанный послуги (на 18,1 %), проводили операції з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям (на 10,5 %). Поряд із цим зменшення обсягів, як і в 2009 р., спостерігалось у сфері освіти (на 4,7 %); послуг із ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку (на 3,4 %); діяльності транспорту та зв'язку (на 0,2 %).

Одним підприємством (відокремленим підрозділом) сфери нефінансових послуг у середньому за рік було реалізовано послуг на 3548,8 тис. грн. Вищим, ніж у середньому по країні, цей показник був на підприємствах міста Києва, Одеської області та міста Севастополя й коливався в межах від 8056,4 тис. грн до 3938,5 тис. грн.

На ринку послуг упродовж 2010 р. відбулись незначні зміни у структурі за видами економічної діяльності (рис. 2).



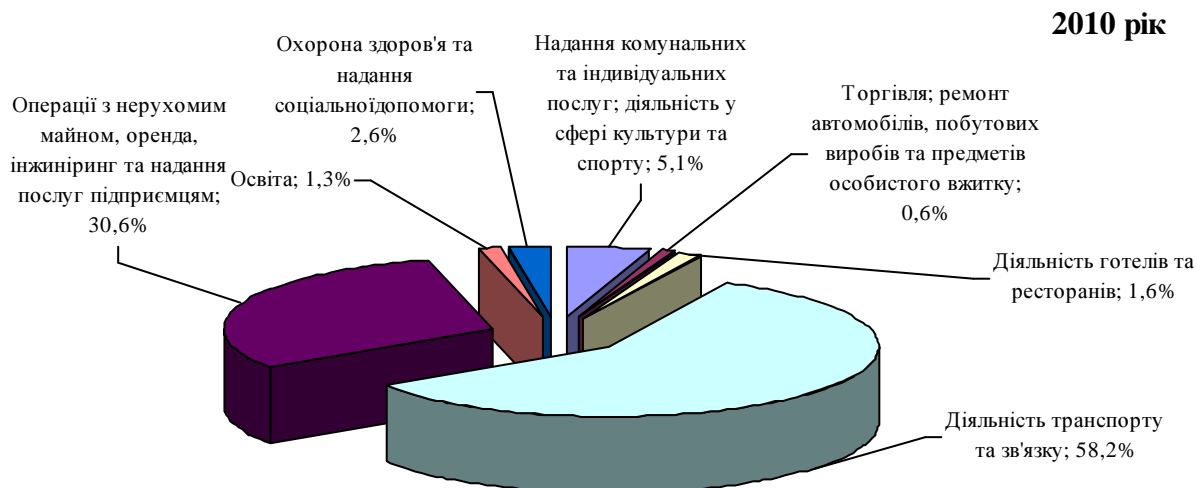


Рис. 2. Структура обсягу реалізованих послуг за видами економічної діяльності в Україні

Як і раніше, найбільшу питому вагу в загальному обсязі реалізованих послуг мали послуги різних видів транспорту – 34,9 %. Порівняно з 2009 р. їхня частка збільшилась на 0,3 в.п. Другими за значимістю в загальному обсязі протягом останніх років залишилися послуги пошти та зв'язку. У звітному році їх частка зменшилась порівняно з 2009 р. на 1,8 в.п. і склала 18,6 %. У 2010 р. оператори поштового зв'язку збільшили обсяги доставки посилок на 14,3 %, листів – на 3,3 %, поштових переказів й пенсійних виплат – на 5,0 %, обсяги періодичних друкованих видань зменшили на 9,6 %.

Частка послуг із проведення операцій з нерухомим майном у загальному обсязі реалізованих у 2010 р. збільшилась на 0,7 в.п. і становила 9,1 %. На 0,3 в.п. збільшилась питома вага послуг з рекламної діяльності. За всіма іншими видами діяльності частка наданих послуг у загальному обсязі у порівнянні з 2009 р. збільшилась або зменшилась від 0,2 до 0,1 в.п.

Сучасні організації діють в умовах підвищених вимог до їх здатності адаптуватися. З одного боку, традиційно використовується підхід, спрямований на підвищення ефективності, і який містить три елементи:

- застосування сучасних методів управління;
- впровадження інформаційних технологій;
- залучення консультантів з питань ведення бізнесу.

З другого боку, сучасне бізнес-середовище характеризується такими факторами:

- прискоренням змін, що відбуваються в ньому;
- зміною позицій та вимог споживача;
- зростанням конкуренції за ресурси;
- інтернаціоналізацією бізнесу;
- подальшим розвитком науково-технічного прогресу;
- розвитком інформаційних мереж і т. ін.

Таким чином, характер та ефективність діяльності організації цілком залежить від вибору між власним продукуванням і придбанням важливих функцій для забезпечення продуктивності й конкурентоздатності. Останнім часом погляди менеджерів на цю проблему перетерпіли значні зміни. Більшість керівників організацій передають здійснення певних операцій спеціалізованим фірмам. А отже, на ринку послуг відбуваються суттєві зрушення від широкої диференціації до спеціалізації на певних бізнес-функціях.

У зв'язку з цим все більшого поширення сьогодні набуває аутсорсинг як продукт сучасних тенденцій розвитку світової економіки, протилежних тенденціям монополізації. Сучасне розуміння аутсорсингу полягає у розробці такої методології управління

економічною організацією, яка б дозволила швидко адаптуватися до умов бізнес-середовища, використовуючи всі наявні можливості зовнішнього середовища, а в окремих випадках і ресурси конкурентів [4]. У міжнародній бізнесі-практиці цей термін визначає послідовність організаційних рішень, суть яких полягає в передачі деяких, раніше самостійно реалізованих організацією функцій або видів діяльності зовнішній організації ("третьої сторони") [4, с. 22].

Сама ідея залучення ресурсів спеціалізованої фірми для рішення організацією своїх завдань не є новою. Проте саме в умовах економічної глобалізації поділ праці та виробнича кооперація і не тільки у світовому масштабі відкривають зовсім нові перспективи для застосування давно відомих принципів організації підприємницької діяльності. Сучасний бізнес неможливо уявити без аутсорсингу. Для цього існують мінімум дві причини [4, с. 14]:

1. Більшість сучасних компаній прагне до використання всіх новітніх досягнень науки, техніки і технології, щоб випускати конкурентоздатну продукцію і забезпечувати належний рівень її якості.

2. Сучасні технології, знання і досвід перебувають, як правило, у руках фахівців, які із взаємною вигодою надають необхідні послуги компаніям на умовах аутсорсингу. Це зручно для обох сторін, оскільки кожна з них може зосередити власні ресурси на розвитку своїх сильних сторін і перспективних напрямків діяльності. Також застосування послуг на умовах аутсорсингу призводить до істотного скорочення витрат на виробництво кінцевого продукту, а кожна сторона виконує саме ті операції, які найкраще вміє робити, не прикладаючи додаткових зусиль і не вкладаючи додаткових коштів в освоєння нових видів діяльності.

У сучасному менеджменті під аутсорсингом розуміють виконання окремих функцій (виробничих, сервісних, інформаційних, фінансових, управлінських та ін.) або бізнес-процесів (організаційних, фінансово-економічних, виробничо-технологічних, маркетингових) зовнішньою організацією, що володіє необхідними для цього ресурсами, на основі довгострокової угоди [4, с. 14]. Якісні зміни ринку послуг відбулися в останнє десятиліття саме завдяки появі аутсорсингу. Так, оцінюючи сучасний стан ринку аутсорсингу України можна зробити висновки, що зростання обсягів послуг безпосередньо пов'язано з ростом їхньої якості та диференціацією.

За розрахунковими даними, обсяг реалізованих послуг підприємствами, що мали інший основний вид діяльності (непрофільні), становив 19,7 млрд. грн, або 8,0 % обсягу послуг, реалізованих профільними і непрофільними підприємствами. Питома вага послуг, реалізованих непрофільними підприємствами за видами послуг, неоднакова і коливалася в значних межах. Найбільший обсяг послуг непрофільні підприємства надавали за такими видами: пакування (74,9 % загального обсягу послуг, наданих профільними та непрофільними підприємствами з цього виду послуг), санітарні послуги, прибирання сміття та знищення відходів (50,7 %), технічне обслуговування та ремонт автомобілів і мотоциклів (50,3 %), послуги з оренди машин та устаткування (46,0 %), надання інших комерційних послуг (26,0 %), технічні випробування та дослідження (24,3 %). У сфері надання секретарських послуг та перекладу, пошти та зв'язку, організації подорожувань, діяльності телефонних центрів, прокату побутових виробів та предметів особистого вжитку, освіти, діяльності у сфері культури та спорту, відпочинку та розваг, рекламної діяльності частка обсягів послуг, реалізованих непрофільними підприємствами, була найменшою (0,2-2,0 % загального обсягу послуг, наданих профільними та непрофільними підприємствами за цими видами послуг). Це зумовлене тим, що наведені види послуг надавали переважно спеціалізовані підприємства, а отже, ці функції виконувались бізнес-організаціями на засадах аутсорсингу.

За даними статистичного спостереження, в Україні у 2010 р. найбільша частка обсягів реалізованих послуг на підприємствах сфери послуг припадала на основний вид діяльності (95,8 % загального обсягу реалізованих послуг). Поряд з основним деякі підприємства декларують право займатися декількома допоміжними видами діяльності, їхня питома вага у 2010 р. становила 4,2 % загального обсягу реалізованих послуг (табл. 2).

Таблиця 2

Реалізація послуг, які не відносяться до основного виду діяльності

Основний вид економічної діяльності (підприємство)	Допоміжні послуги, які надавались організацією	Частка доходу від неосновного виду діяльності в сумарному обсязі послуг, %
вантажні залізничні перевезення	послуги пасажирського залізничного транспорту та транспортної інфраструктури	14,4 %
пасажирські залізничні перевезення	послуги вантажного залізничного транспорту та транспортної інфраструктури	10,9 %
ремонт та перероблення одягу	прання, сухого чищення та фарбування	12,0 %
готелі	послуги ресторанів та барів	13,6 %
національна пошта	роздрібна торгівля	4,0 %
прибирання сміття	послуги автомобільного вантажного транспорту транспортної інфраструктури	3,6 %
технічне обслуговування та ремонт автомобілів	торгівля автомобільними деталями та приладдям	2,8 %
автомобільні регулярні перевезення	технічне обслуговування і ремонт автомобілів та надання автомобілів в оренду	0,2-2 %
організація перевезення вантажів	послуги складів	
демонстрація фільмів	послуги реклами та барів	
радіомовлення та телебачення	послуги зв'язку та реклами	
спортивні об'єкти	послуги з оренди власного нерухомого майна та послуги реклами	

Слід зазначити, що відкритість українського ринку та можливості аутсорсингу призвели до істотної активізації діяльності іноземних постачальників у різних секторах послуг. Особливо помітна іноземна присутність у нових сферах, пов'язаних з наданням ділових послуг (консалтинг, аудит, юридичні та бухгалтерські послуги, реклама й комп'ютерні послуги). Це пов'язано зі зростаючою потребою бізнесу України в подібній діяльності, а також пояснюється недостатнім досвідом українського ринку послуг у цих сферах. Інтерес іноземних постачальників до України проявляється також на ринках традиційних і ключових секторів економіки послуг, які відносяться до перспективних і прибуткових сегментів: банківська сфера і страхування, транспорт і телекомунікації, торгівля і громадське харчування, туристична індустрія та охорона здоров'я.

Розвиток українського ринку послуг може одночасно підвищити інвестиційну привабливість національної економіки. Завдяки припливу іноземного капіталу український бізнес одержує необхідні для розвитку фінансові ресурси, а також передові технології, ефективні методи реалізації послуг і управління; залучається до світової культури ділових відносин і обслуговування клієнтів тощо. В той же час, очевидними є і негативні наслідки іноземної експансії. Надмірний захист слабких національних виробників послуг в Україні в сучасних умовах призводить до уповільнення внутрішнього розвитку відповідних галузей, консервує їх "недорозвиненість" і загальну технологічну відста-

лість, зтягує прогресивні зміни, що не відповідає інтересам суспільства в цілому. У той же час, в окремих ключових галузях послуг українські підприємства помітно витісняються іноземними учасниками (у сфері міжнародних автодорожніх перевезень, у страхуванні, сфері громадського харчування, в окремих підсекторах галузі зв'язку), а це вимагає продуманої стратегії подальшого розвитку.

Недостатній рівень уваги до сфери послуг у минулому призвів не тільки до нерозвиненості та неупорядкованості відносин в Україні в цих галузях. У зв'язку з багаторічною пріоритетністю промислового та сільськогосподарського виробництва по відношенню до сфери послуг виникло дещо упереджене ставлення, яке полягає в наступному:

1. Зростання продуктивності праці у сфері послуг призводить до зростання безробіття.

2. На ринку послуг створюються “ненадійні” робочі місця, які характеризуються низькою кваліфікацією та заробітною платою і високим рівнем плинності.

3. Сфера послуг не може бути наукоємним сектором економіки, тому вона не є активним користувачем останніх досягнень НТП, носієм інновацій та її розвиток не призводить до збільшення темпів росту в цілому.

Стосовно перших двох стереотипів ми навели свою думку вище, яка підкріплена статистичними даними. Окремо необхідно зупинитись на третьому факті, який здійснює чи не найбільший вплив на інвестиційну привабливість галузей сфери послуг та можливість їх розвитку.

Дійсно, згідно зі звітом Держкомстату України “Створення та використання передових виробничих технологій на підприємствах України у 2010 році”, більша частина їх була призначена для впровадження на промислових підприємствах, в основному – в переробній промисловості; понад чверть – в організаціях, що займалися дослідженнями і розробками; 4,3 % – на підприємствах транспорту і зв'язку, більшість з яких – на залізничному транспорті; 2,4 % – у сфері освіти [5]. Зазначимо, що цей факт свідчить про недостатність уваги, яка приділяється розробниками нових технологій у сфері послуг. Однак у той же час, з 1590 підприємств, які впровадили виробничі передові технології, 19,4 % відноситься до сфери надання послуг підприємцям, а 8,2 % – підприємства транспорту і зв'язку. Достатньо нові технології застосовувалися на підприємствах торгівлі, з ремонту автомобілів (4,2 % всіх інноваційних впроваджень), на яких 53,5 % технологій віком до 3 років. Отже, попит на інноваційний продукт у сфері послуг в Україні існує і потребує підтримки.

Необхідно також відзначити, що попит на інноваційні продукти отримав своє відображення у видах розроблених і впроваджених технологій (рис. 3).

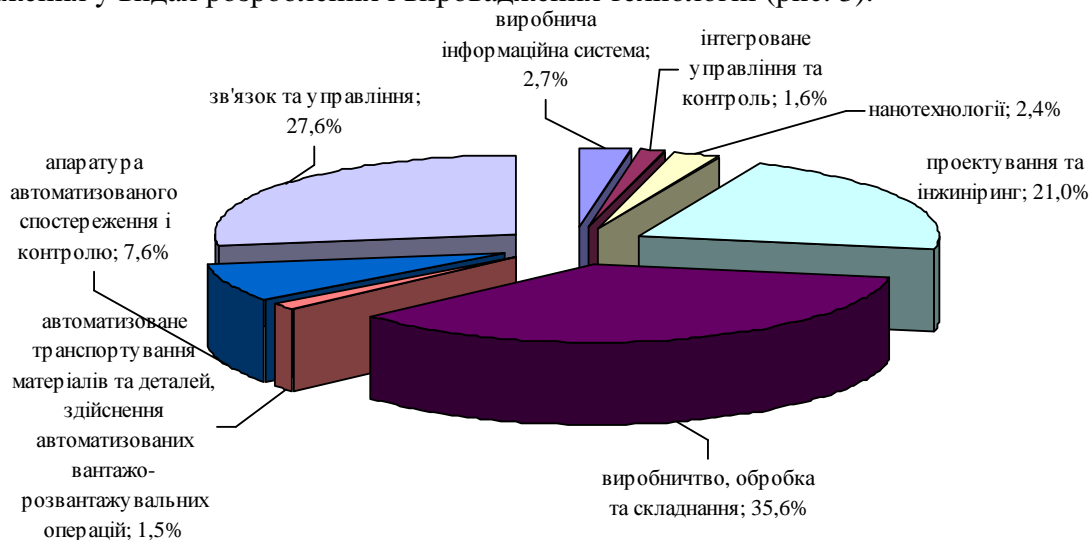


Рис. 3. Розподіл використаних у 2010 році передових виробничих технологій за видами

Принципово важливим для ринку є такий результат впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, як делокалізація виробництва, можливість накопичення і зберігання, що обумовлює суттєві обмеження зростання обсягу послуг, пов'язані зі специфікою – збігом виробництва і споживання в часі і просторі, нетранспортабельністю продукту. Нові технології дозволяють передавати послуги на будь-яку відстань і в будь-який час, накопичувати їх і зберігати в закодованому вигляді на матеріальних носіях або в електронній формі. При цьому значно поліпшуються якісні характеристики: споживачі отримують доступ до величезного масиву інформації та послуг високого класу в режимі реального часу, користуються перевагами більш широкого вибору послуг, іншими словами, отримують вищу корисність у розрахунку на одиницю витрат. На основі нових технологій стають реальністю безпосередні контакти на відстані споживачів і виробників таких початково територіально фіксованих послуг, як освіта, медицина, культурно-розважальні, юридичні, страхові, консалтинг тощо. Інтенсивних технологічних змін зазнають не тільки нові, але і традиційні галузі – транспорт, торгівля; буквально перетворюються дуже далекі в минулому від техніки сфери – медицина, фінансові послуги, а також бібліотеки, музеї, театри, естрада, розважальні парки і т. д. [6].

Серед основних тенденцій розвитку інформатизації суспільства, що стосується практично всіх сфер життєдіяльності, включаючи економіку, державне управління, науку, мистецтво, слід відзначити стрімкий розвиток інформаційної мережі Інтернет. Ринок інтернет-послуг вважають найдинамічнішим сегментом телекомунікацій. З 2000 року абонентська база інтернет-провайдерів виросла з 200 тис. до 3,7 млн користувачів (за станом на кінець 2010 року). Пальму першості з надання послуг доступу в Інтернет зберігають оператори фіксованого доступу в мережу. Основні з них – “Воля-кабель” (“ВОЛЯ”) і “Фарлеп-інвест” (Vega), а також оператор “Укртелеком”, який робить ставку на розвиток дротового та мобільного Інтернету. Але ж сам Інтернет теж є засобом для надання послуг [7].

Електронна комерція виступає важливою складовою електронного бізнесу. Під електронною комерцією розуміються будь-які форми ділової угоди, яка проводиться з допомогою інформаційних мереж. Існують наступні основні напрямки електронної комерції:

- “бізнес – бізнес” (business-to-business, B2B) – цей напрямок включає в себе всі рівні взаємодії між корпоративними клієнтами (підприємствами);
- “бізнес – споживач” (business-to-consumer, B2C) – взаємодія на рівні виробник – кінцевий споживач;
- “споживач-до-споживача” (consumer-to-consumer, C2C) – торгівля між приватними споживачами;
- мобільна торгівля (m-commerce) – закупівля і продаж товарів та послуг через бездротову технологію, тобто кишенькові пристрої типу мобільних телефонів і особистих цифрових помічників.

Підтримуючи базові вимоги до електронної комерції, торговельні компанії завойовують довіру покупців. Покупці знову і знову звертаються в компанії, що надають швидкі, надійні та зручні послуги торгівлі. Такі нові технології, як мобільний зв'язок, дозволяють розробляти унікальні послуги, що залучають покупців до електронної торгівлі. У найближчому майбутньому покупці зможуть знаходити магазини, шукати товари, робити покупки й управляти витратами за допомогою мобільних пристроїв. Чекаючи появи цієї послуги на ринку, торговельні компанії повинні розробляти стратегію мобільної багатоканальної торгівлі, яка включає доставку інформації про продукти в будь-яке місце у будь-який час, на будь-який пристрій. Крім того, розвиток соціальних мереж, мультимедійних додатків web- і мобільної комерції надає торговельним компа-

ніям широкий вибір технологій для взаємодії з клієнтами, адже мобільних користувачів у три рази більше ніж користувачів Інтернету [8].

Компанія Appleton Mayer провела дослідження українського ринку он-лайн торгівлі, згідно з яким протягом останніх 5 років український ринок електронної комерції демонстрував щорічне зростання на рівні 50-60 % незалежно від перманентних економічних коливань. При цьому він, як і раніше, має серйозний потенціал. Наприклад, у Німеччині місткість ринку електронної комерції становить близько \$36 млрд. В Україні аналогічний показник становить не більше \$400-\$500 млн. Крім цього, на ринку існує багато перспективних ніш, які або сильно фрагментовані, або практично не зайняті [9].

B2B електронна комерція – це електронна комерція між компаніями. Такий тип електронної комерції має справу з відносинами між і серед видів комерційної діяльності. Більшість експертів прогнозує, що B2B електронна комерція продовжить поширюватися швидше, ніж B2C. Більш загальні B2B приклади і кращі практичні моделі – IBM, Hewlett Packard, Cisco and Dell. Чимало компаній з B2C (наприклад, Proctor & Gamble) працюють як на B2B, так і на B2C ринках. Нинішній український маркетинг B2B знаходиться в стані рецесії, що обумовлено, з одного боку, швидкою динамікою розвитку B2C, а з другого – кризовим станом нашої економіки, в т. ч. експортерів [10].

Розвиток електронної комерції в Україні не сягає значних масштабів порівняно з іншими країнами, на це впливає ряд негативних факторів: відсутність законодавчої бази, яка б регулювала процес купівлі/продажу он-лайн, здійснення електронних платежів за оплачені товари/послуги та яка б встановлювала прозорі правила гри на ринку (як для продавців, так і для покупців); слаборозвинена національна система електронних платежів; низька ефективність більшості існуючих українських торговельних майданчиків; низький рівень проникнення Інтернету (особливо в регіонах).

Та все ж таки, у багатьох випадках електронна комерція дозволяє скоротити шлях перепродажу продукту від виробника до споживача. Це можливо завдяки використанню Інтернет-технологій, що надають можливість ефективної прямої взаємодії з кінцевим споживачем, тому компанії можуть виконувати роль, яку традиційно виконували проміжні постачальники. Такий спосіб також дозволяє накопичувати інформацію про усі продажі та про усіх клієнтів, що у свою чергу дозволяє здійснити досконалий бізнес-аналіз та маркетингові дослідження. Це є великою перевагою у конкурентній боротьбі [11].

Українська електронна комерція тільки на початку шляху. Криза підкреслила значення інтернет-магазинів для дистрибуції техніки і деяких товарів – продажі в мережі постраждали менше, ніж у традиційному роздробі, за рахунок чого зросла частка он-лайн майданчиків у загальній структурі продажів. В електронній комерції ще є багато вільних ніш і категорій товарів, де не визначилися лідери. Отож, в Україні з її потенціалом є всі можливості для розвитку електронної комерції.

Висновки і пропозиції. Аналіз тенденцій розвитку сфери послуг в Україні дозволив виявити не тільки передумови, але і фактори, які суттєво гальмують її зростання. Перш за все, необхідно відзначити недостатній масштаб операцій та бізнесу для виділення послуги в основний вид діяльності. Саме тому в країні переважає мале підприємництво в цій сфері. По-друге, присутнє надмірне регулювання на ринку послуг з боку держави, що заважає розвитку нормальної конкуренції. Особливо це стосується поштових послуг, зв'язку, залізничних перевезень, а також ускладнення з отриманням ліцензій для здійснення послуг юридичного або аудиторського супроводження бізнесу. Існують також і певні бар'єри для входження на ці ринки нових гравців.

Таким чином, для уникнення монополізації ринку послуг і одночасного забезпечення його урегульованості, необхідно запровадити загальні для всіх гравців на ринку пра-

вила, одним із варіантів яких можуть виступати стандарти. Прояви стандартизації надзвичайно різноманітні. Одним з прикладів стандартизації у сфері послуг є формування стратегії конфігурації, способу виробництва послуги. У цьому сенсі стандартизація має забезпечити всі форми впорядкування й уніфікованості результату послуги, а також процесів і елементів процесів її надання. Як альтернатива стратегії стандартизації розглядається стратегія індивідуалізації, що припускає розмаїтість результатів послуги та її складових частин, гнучкість процесів. У сфері послуг об'єктами стандартизації можуть виступати ресурси і компетенції, автономні та інтегровані процеси.

Список використаних джерел

1. Діяльність підприємств сфери послуг. Статистичний бюлетень. – К.: Державний комітет статистики України, 2011. – 160 с.
2. Кондратьев В. Б. Сфера услуг в постиндустриальной экономике [Электронный ресурс] / В. Б. Кондратьев. – Режим доступа: http://www.perspectivy.info/oykumena/ekdom/sfera_uslug_v_postindustrialnoj_ekonomike_2010-12-21.htm.
3. Gesamtwirtschaftliche und unternehmerische Anpassungsfortschritte in Ostdeutschland. 17. Bericht. Kieler Diskussions-beitraege. 310/311. Institut fuer Weltwirtschaft. Kiel, 1998.
4. Аникин Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента / Б. А. Аникин, И. Л. Рудая. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 320 с.
5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2011. – 282 с.
6. Сфера услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/SFERA_USLUG.html?page=0,1.
7. Эволюция рынка интернет-услуг Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://svtele.com/post/2529>.
8. Мобильные телефоны – мощный канал продаж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie_biznesom/stati/mobilnye_telefony_moschnyy_kanal_prodash.
9. Оборот украинского рынка онлайн-торговли не превышает \$500 млн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ain.ua/2010/10/25/34661>.
10. Каким будет B2B маркетинг в 2011? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://b2b-insight.management.com.ua/2011/01/kakym-budet-b2b-marketynh-v-2011/>.
11. Електронна комерція [Електронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uk.wikipedia.org>.