

*Пугачевська К.Й.,**к.е.н., доцент,**доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,  
Мукачівський державний університет*

## СФЕРА ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ

**Анотація.** У статті досліджено стан та проблеми функціонування ринку послуг у сучасних умовах, проаналізовано тенденції та особливості його розвитку. Наведено теоретико-методологічні підходи до поняття та класифікації послуг. Запропоновано основні стратегічні напрями та завдання щодо розвитку сфери послуг в Україні.

**Ключові слова:** послуга, сфера послуг, тенденції розвитку, економічна політика, сервісна економіка, якість життя.

**Постановка проблеми.** Сфера послуг є важливим сектором економіки розвинутих індустріальних країн та займає все більш стійкі позиції у світовому господарстві. Для багатьох країн характерними є тенденції збільшення обсягів виробництва послуг, зростання доходів від сервісної діяльності, зростання зайнятості в цій сфері, загострення конкуренції, збільшення експорту та імпорту послуг. Зміни, які відбуваються в сервісному секторі у світовому масштабі, настільки суттєві, що сучасну економіку визначають як «сервісну» або «економіку послуг».

Із початку 30-х років ХХ ст. послуги в окремих країнах світу стають основним об'єктом товарно-грошових відносин у результаті четвертого великого суспільного поділу праці – відокремлення сфери послуг від матеріального виробництва, внаслідок чого сфера послуг набуває найдинамічнішого розвитку. Сфера послуг – система галузей народного господарства, продукти, споживча вартість яких виражається в наданні зручностей.

Актуальність усебічного дослідження ринку послуг зумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Необхідність виявлення основних тенденцій та закономірностей розвитку сфери послуг із метою підвищення її конкурентних переваг зумовлює актуальність цієї роботи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Характеристику окремих аспектів сфери послуг висвітлено в працях Дж. Бастія, А. Сміта, Ж.-Б. Сея, К. Маркса, А. Маршалла та ін. Обґрунтування тези про зростання ролі сектора послуг у розвитку сучасної економіки знаходить своє підтвердження в працях таких зарубіжних учених, як Дж. Белл, З. Бжезінський, Дж. Гелбрейт, П. Друкер, М. Кастельє, К. Кларк, У. Ростоу, А. Тоффлер та ін. Значний внесок у дослідження названої проблеми зробили такі вчені, як В. Алопій, Г. Башнянін, А. Босак, І. Бочан, Т. Бурменко, Н. Даниленко, В. Геєць, В. Герасимчук, Б. Данилишин, В. Зайцев, В. Козик, І. Крючкова, В. Куценко, Е. Лібанова, С. Мочерний, Я. Остафійчук, Л. Панкова, А. Філіпенко, Г. Шутак та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** У роботах наведених вище авторів досліджуються методологічні, теоретичні та практичні аспекти розвитку сфери послуг в Україні та світі. Аналіз опублікованих робіт, матеріалів наукових конференцій і дискусій, присвячених дослі-

дженню цієї багатогранної проблеми, показав, що вона має ще багато недосліджених теоретичних питань та невирішених практичних проблем.

**Мета статті** полягає у визначенні особливостей розвитку сфери послуг у сучасному економічному просторі, аналізі структури виробництва послуг в Україні та визначенні пріоритетних напрямів економічної політики для забезпечення стійкого розвитку сфери послуг.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У сучасній економіці роль та значення послуг істотно зросли, проте економічною наукою досі не вироблено загальноприйнятого поняття послуги. Триває дискусія щодо сутності послуг, їх ролі та місця в економічній діяльності, відповідно, відсутні легальне й єдине визначення поняття «послуга» та загальноприйнята систематизація сфери послуг. Це пов'язано з тим, що сутність послуги можна розглядати з різних точок зору: як економічну категорію; як вид діяльності; як сферу; як грошовий потік.

К. Маркс поняття послуги пов'язував із дією споживчої вартості товару або певної діяльності. Він уважав, що послуга є не що інше як корисна дія тієї чи іншої споживчої вартості – чи то товару, чи то праці [1]. Таким чином, К. Маркс визначив послуги як у формі безпосередньої діяльності суб'єктів, тобто праці, так і у формі дії товару, речі. Діяльність розглядається як антипод речі, тобто мається на увазі не будь-яка діяльність, а лише та, що не дає уречевленого результату. Методологічно важливим є положення щодо визначення поняття послуги з точки зору не просто дії, а дії корисної.

На думку А. Михайлова, послуга визначається і як трудова корисна діяльність людини (групи людей), результати якої дістають вияв у корисному ефекті, що задовольняє будь-яку потребу суспільства [2, с. 51]. Цей суспільно корисний ефект (або благо) виступає не у формі речей, а у формі діяльності.

Із наведених визначень видно, що аналіз тлумачення сутності послуги як результату діяльності у відриві від самої діяльності є непродуктивним, оскільки в підсумку всі прибічники аналізованої концепції визначали послуги через діяльність та/або дію.

Через результат діяльності визначає послугу і Н. Федосенко, відзначаючи, що діяльність і результат, на перший погляд, виступають як «рівнозначні» величини, якщо вважати, що задоволення потреби можливе лише за допомогою діяльності. Якщо ж виходити з того, що діяльність є не самоціллю, а засобом досягнення мети – задоволення потреби, то акцент у визначенні послуги, зазначає автор, зміщується саме до результату, адже дуже складно визначити мету діяльності. Логічно є дефініція «результат діяльності». Вона відповідає, на думку автора, по-перше, меті, яку переслідує замовник, – чіткому усвідомленню виконавцем того, що задоволення його економічного інтересу можливе виключно через задоволення потреб конкретної особи [3, с. 28].

Американські вчені К. Макконелл і С. Брю сутність послуг визначили як те, що не має матеріального результату, вираженого в певному предметі, речі, результат є невідчутним, неосяжним (невидимим) і надається в обмін на те, за що споживач, підприємство або уряд готові платити [4, с. 965].

За визначенням Ф. Котлера, «послуги – це об'єкти продажу у вигляді дій, вигод або задоволення, відповідно, послуги не зберігаються, і клієнту пропонується щось таке, що не має матеріальної форми» [5].

Л. Співак визначає послуги як результати економічної діяльності, які набувають матеріально-речової форми і задовольняють певні потреби людей [6]. Порівняно з товарами виробничої сфери послуга – товар, що характеризується такими особливостями: вона не набуває матеріально-речовинної форми; є фізично неосяжною; є невіддільною від джерела (економічної діяльності) та об'єкта послуги; її неможливо накопичувати та зберігати; є індивідуальною та плинною по якості.

Ринок послуг порівняно з іншими ринками товарів має певні особливості та характеризується: високою швидкістю обороту капіталу внаслідок більш короткого виробничого циклу; територіальною сегментацією і локальністю; високою диференційованістю продукту в одній і тій же галузі; індивідуальністю і нестандартністю наданих послуг і технологій у багатьох галузях сфери послуг; високою невизначеністю результату під час надання послуг, наявністю асиметрії маркетингової інформації; високою чуттєвістю до ринкової кон'юнктури [6].

Професор В. Апопій зазначає, що сферу послуг утворюють різноманітні і різномірні галузі діяльності, які створюють матеріальні та нематеріальні послуги, що дає підстави стверджувати про неї як про сукупність економічно неоднорідних ринкових сегментів, тобто як цілісну систему, складниками якої є різні види послуг, які потрібні населенню та суспільству для нормальної життєдіяльності загалом та для задоволення потреб кожної людини зокрема [7, с. 26].

Ринок послуг складається з окремих ринків, кожен з яких функціонує і розвивається з певними особливостями. Дослідники сфери послуг розробили значну кількість класифікацій, в яких використані такі критерії, як: відчутність, характер попиту, обсяг послуг, складність, рівень кваліфікації, трудомісткість, економічна та соціальна орієнтація, ступінь контактності зі споживачем.

Сервісна сфера охоплює значну кількість видів діяльності, об'єднаних у групи за допомогою різних класифікацій, що використовуються як на міжнародному, так і на національному рівнях. Так, у рамках класифікації ВТО (Всесвітньої торгової організації – World Trade Organization) виділено понад 150 видів послуг, згрупованих у 12 секторів. Поряд із класифікацією ВТО у світовій практиці використовуються класифікація Організації економічного співробітництва і розвитку (Organisation for Economic Cooperation and Development), Міжнародна стандартна галузева класифікація всіх видів економічної діяльності (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities) та ін.

Зі сферою послуг у сучасному економічному просторі пов'язані практично всі види діяльності, причому послуги надають не тільки традиційно сервісні, але й промислові підприємства, які здійснюють гарантійне і післягарантійне обслуговування виробленого продукту, транспортні послуги, інформаційну підтримку та ін.

У розвинених країнах частка сфери послуг становить до 70% ВВП країни (США, Франція, Нідерланди – 70%; Австрія,

Італія, Іспанія, Норвегія, Коста-Ріка – 50–60%). В останні десятиріччя відзначаються не тільки зміни в галузевій структурі світового господарства, але й значне зростання частки населення, зайнятого у виробництві послуг. У багатьох країнах світу цей показник перевищує відповідні значення для промислового виробництва. У тих країнах, які не відносяться до групи високорозвинутих, сектор послуг також відіграє важливу роль. Це стосується насамперед тих країн, які володіють унікальними природними ресурсами, і/або країн, на території яких знаходяться пам'ятки всесвітньої культурної спадщини. Основну роль в їх економіці відіграють туристичні послуги, фінансово-кредитна сфера, транспорт та ін. Так, доля сфери послуг у ВВП становила на Ямайці, у Парагваї – 61%, у Тунісі – 60%.

Для України, як і для багатьох країн світу, характерна яскраво виражена тенденція зростання частки сервісного сектора у ВВП (43,67% у 2013 р. порівняно з 32,96% у 2001 р.). Незважаючи на динамічний розвиток ринку послуг України, можна стверджувати, що послуги, представлені на українському ринку, розвиваються нерівномірно як за видами економічної діяльності, так і за регіонами країни.

У 2014 р. на ринку послуг функціонувало 61,6 тис. підприємств – юридичних осіб та їхніх відокремлених підрозділів, основним видом діяльності яких є надання нефінансових послуг (69,9 тис. підприємств у 2013 р., тобто зменшення на 11,8% порівняно з минулим роком). Найбільшою у 2014 р. була кількість підприємств, що здійснювали операції з нерухомим майном – 13,9 тис., або 24,0% загальної кількості тих, що надавали споживачам послуги. Підприємств, що діяли у сфері професійної, наукової та технічної діяльності – 11,4 тис., або 19,6%; транспорту, складського господарства, пошти та кур'єрської діяльності – 8,6 тис., або 14,9%; у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 7,1 тис., або 12,3%; інформації та телекомунікацій – 5,7 тис., або 9,8%; охорони здоров'я та надання соціальної допомоги – 2,7 тис., або 4,7%; надання інших видів послуг – 2,3 тис., або 3,9%; освіти – 1,8 тис., або 3,2%. На частку підприємств інших видів діяльності припадало 7,6% їхньої загальної кількості [8].

Обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери нефінансових послуг у 2014 р. становив 365,0 млрд. грн., що на 3,4 млрд. грн. більше, ніж у 2013 р. У 2013 р. обсяг реалізованих послуг порівняно з 2012 р. збільшився на 7,7% (з урахуванням зміни цін). Більше половини обсягу послуг реалізовано підприємствами трьох регіонів: м. Київ, Одеської та Дніпропетровської областей.

Результати аналізу обсягу реалізованих послуг по регіонах України підтверджують, що найбільше послуг у 2013 р. реалізовано у Києві – 134 209,4 млн. грн. (37,5% загальноукраїнського рівня). Серед областей найвищий показник характерний для Одеської області (29 239,1 млн. грн., 8,2% до загальноукраїнського показника), яка має високий туристичний потенціал та вдале транспортне сполучення. На промислово розвинуті регіони (Донецька і Дніпропетровська області) у 2013 р. припадає 6,5% та 5,8% відповідно обсягів реалізованих послуг. В областях Західного регіону даний показник коливається від 0,4% (Чернівецька область) до 4,2% (Львівська область) до загального показника по Україні [8].

У структурі загального обсягу реалізованих послуг у 2014 р. найбільшу питому вагу займали послуги транспорту та зв'язку – 50%. Майже третину загального обсягу послуг транспорту (32,1%) становили послуги підприємств вантажного автомобільного транспорту. Послуги з інформації та телеко-

мунікацій за значимістю мали друге місце (частка цих послуг у 2014 р. становила 20,1%). Близько двох третин (63,3%) цих послуг припадало на послуги телекомунікацій (електрозв'язку). У 2013 р. частка цих послуг зменшилася порівняно з 2012 р. на 2,4 в. п. і становила 19,8%.

Третіми за значимістю в загальному обсязі послуг у 2014 р. стали послуги з професійної, наукової та технічної діяльності (39,9 млрд. грн.). У 2013 р. частка послуги з професійної, наукової та технічної діяльності у загальному обсязі послуг порівняно з 2012 р. збільшилася на 2,0 в. п. і становила 13,4%.

Частка послуг проведення операцій із нерухомим майном становила 9,2% в загальному обсязі реалізованих у 2014 р. послуг. Частка послуг діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 6,6%, тимчасового розміщування та організації харчування – 5,0%, послуг у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку – 4,4%, частка послуг у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги – 2,1%.

Упродовж 2013 р. найбільшим попитом у споживачів користувалися послуги з рекламної діяльності і дослідження кон'юнктури ринку (41,2% загального обсягу послуг із професійної, наукової та технічної діяльності) та діяльності у сфері архітектури та інжинірингу (27,3%).

Частки послуг проведення операцій із нерухомим майном і послуг у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку в загальному обсязі реалізованих послуг у 2013 р. порівняно з 2012 р. збільшились на 1,5 в. п. кожна. На 1,3 в. п. збільшилася частка послуг діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування, на 0,1 в. п. – частка послуг у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги. Разом із тим відбулось зменшення частки послуг освіти на 0,2 в. п., поштової та кур'єрської діяльності – на 0,1 в. п.

Із точки зору задоволення потреб споживачів обсяг реалізованих у 2014 р. послуг у ринкових цінах становив 360,6 млрд. грн., із якого 236,7 млрд. грн., або 65,7%, припадало на обсяг послуг, реалізованих підприємствам, організаціям та установам (решта – населенню та іншим споживачам).

Обсяг послуг, реалізованих населенню, становив 78,8 млрд. грн., або 21,9% загального обсягу послуг, реалізованих усім споживачам. Найбільшу частку послуг, реалізованих населенню, становили послуги транспорту (22,4% загального обсягу послуг, реалізованих населенню) та послуги телекомунікацій (електрозв'язку) (20,9%). Крім зазначених, у населення користувалися попитом послуги у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку (17,0%), у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (9,1%), організації харчування (8,8%), з охорони здоров'я (6,1%), освіти (3,3%), із проведення операцій із нерухомим майном (2,9%), готелів і подібних засобів тимчасового розміщування (2,7%). Однією з причин зменшення попиту населення на деякі послуги є постійне підвищення цін (тарифів) на них. Порівняно з 2013 р. роздрібні ціни та тарифи на послуги зросли у середньому на 8,8% [9].

Активний розвиток сфери послуг обумовлений впливом цілої низки факторів, серед яких К. Лавлок виділяє такі, як [9]:

- політика держави, яка може використовувати такі інструменти впливу, як послаблення державного регулювання, приватизація сервісних організацій, зменшення обмежень у торгівлі послугами, посилення законів, направлених на зростання ступеню захисту прав споживачів і співробітників, посилення охорони навколишнього середовища;

- тенденції бізнесу, до яких відносять розширення сервісної діяльності промисловими підприємствами, розповсю-

дження франчайзингу, орієнтація організацій на підвищення якості послуг, фокусування уваги на запитах споживачів;

- удосконалення інформаційних технологій, яке передбачає розвиток інформаційних технологій і має прояв в інтеграції комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, більш інтенсивному використанні комп'ютерної техніки і мережі Інтернет, появі нових і вдосконаленні традиційних видів послуг;

- соціальні зміни, які мають відображення в зростанні доходів населення, трансформації стилю життя, підвищенні культурно-освітнього рівня;

- інтернаціоналізація, яка знаходить відображення у виході організацій сфери послуг на нові ринки, активізації процесів злиття і поглинання на міжнародному рівні, розширенні діяльності транснаціональних сервісних компаній.

Роль сфери послуг проявляється в тому, що вона: є важливим сектором національного і світового господарства; відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу; впливає на функціонування і розвиток матеріального виробництва; сприяє збільшенню вільного часу; створює можливості для повнішого задоволення і розвитку потреб людей і суспільства; є найважливішим елементом формування сучасної якості життя; забезпечує якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країни [10, с. 292].

Основними тенденціями розвитку ринку послуг є: зниження обсягів надання окремих видів послуг за рахунок скорочення фінансування неринкових послуг, зокрема соціальних та наукових; зміна структури попиту населення на платні послуги за рахунок збільшення частки житлово-комунальних і скорочення санаторно-курортних та оздоровчих; швидке заміщення неринкових послуг ринковими в освіті та медицині; збільшення розриву між платоспроможним попитом і пропозицією.

**Висновки.** Для подальшого розвитку сфери послуг необхідним є вирішення комплексу взаємоузгоджених завдань: формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у секторі послуг; створення економічного та правового середовища; вдосконалення дії механізму місцевого самоврядування; залучення громади до активної участі у визначенні пріоритетних напрямів зростання ринку послуг; створення реальних можливостей кожному підприємству доступу до виробничих, матеріально-технічних та фінансових ресурсів; подальший розвиток комерційної системи інформаційного забезпечення підприємницької діяльності; застосування механізму партнерства для стимулювання розвитку перспективних видів діяльності у сфері послуг; здійснення заходів у галузі інвестиційної політики та сприяння інноваційному інвестуванню підприємств; підтримка в перспективі на відповідній науковій основі розвитку мережевих та кластерних структур безпосередньо сервісного характеру (транспортно-логістичні, туристично-рекреаційні, культурно-розважальні) [11].

Для України актуальним є прискорений розвиток і, відповідно, експорт туристичних, фінансових, ділових, науково-дослідних, будівельних послуг. Ця сфера зовнішньоекономічної діяльності є серйозним потенціалом для збільшення експорту країни і тому заслуговує пріоритетної уваги. Суттєве розширення участі України у світовій торгівлі послугами потребує розробки відповідної стратегії діяльності в системі міжнародного поділу праці. Реалізація стратегії переходу сфери послуг на інноваційно-інвестиційну модель розвитку дасть змогу активізувати всі види економічної діяльності у виробництві та реалізації послуг, стане однією зі складових частин економічної безпеки країни.

Особливості регіоналізації в торгівлі послугами важливі для розробки стратегій і програм діяльності на конкретних ринках, зокрема на європейському, з огляду на європейський вибір України.

**Література:**

1. Маркс К., Енгельс Ф. Твори / К. Маркс, Ф. Енгельс ; 2-ге вид. – М. – Т. 23. – С. 189–190.
2. Михайлов А. Услуги как форма бизнеса / А. Михайлов // Предпринимательство, хозяйство и право. – 1999. – № 1. – С. 51.
3. Федосенко Н. До питання про місце договору з надання послуг у ході виконання маркетингових досліджень у системі цивільно-правових договорів / Н. Федосенко // Підприємництво, господарство і право. – 2005. – № 5. – С. 27–29.
4. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономика: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю ; пер. с 14-того англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2005. – XXXVI. – С. 965.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс и др. ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2006. – 942 с.
6. Співак Л.С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.01.01 / Л.С. Співак. – К., 2002. – 192 с.
7. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг : [навч. посіб.] / В.В. Апопій [та ін.]. – К. : Академія, 2006. – 312 с.
8. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2005.
10. Філіпенко А. Основні проблеми економіки розвитку / А. Філіпенко [та ін.] ; пер. з англ. – К. : Либідь, 2003. – 684 с.

11. Романків І.Я. Розвиток ринку послуг в Україні / І.Я. Романків // Фінанси України. – 2011. – № 11. – С. 38–45.

**Пугачевская Е.И. Сфера услуг Украины: особенности развития и стратегические перспективы**

**Аннотация.** В статье исследовано состояние и проблемы функционирования рынка услуг в современных условиях, проанализированы тенденции и особенности его развития. Приведены теоретико-методологические подходы к понятию и классификации услуг. Предложены основные стратегические направления и задачи по развитию сферы услуг в Украине.

**Ключевые слова:** услуга, сфера услуг, тенденции развития, экономическая политика, сервисная экономика, качество жизни.

**Pugachevska K. Seervice sector in Ukraine: features and strategic development prospects**

**Summary.** In the article the condition and problems of service market in current conditions are researched, the trends and features of its development are analyzed. An theoretical and methodological approaches to the concept and classification of services are represented. The basic strategic directions and objectives regarding the development of service sector in Ukraine are proposed.

**Keywords:** service, service sector, development trends, economic policy, service economy, quality of life.