Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

Тема «Сучасні тенденції розвитку економіки сфери послуг в Україні»

Спеціальність 051 «Економіка»,
освітня програма 8.051.00.11 «Економіка та бізнес-інновації»

Завідувач кафедри: _____/*О.І. Карінцева/*

Керівник роботи: _____ _/*Є.В. Коваленко/*

Виконавець: _____/*М.В. Отрощенко*

Група: *Е.мз-11с*

Суми 2022

Анотація

Кваліфікаційна робота магістра містить 45 сторінок тексту; 3 розділи; 1 таблиця; 13 рисунок; список використаної літератури з 51 джерела.

Мета роботи – розкрити та проаналізувати сучасні тенденції розвитку економіки сфери послуг в Україні.

Відповідно до поставленої мети були вирішені такі задачі:

- проведено аналіз теоретичних засад економіки сфери послуг;
- проведено огляд та обґрунтування основних методів дослідження тенденцій розвитку сфери послуг;
- проведено аналіз переспектив.

Об’єкт дослідження - сфера послуг.

Предмет дослідження - тенденції розвитку економіки сфери послуг в Україні.

В першому розділі ми провели аналіз теоретичних засад поняття сфери послуг, проаналізували історію становлення сфери послуг, розібралися в понятті послуги, визначили роль сфери послуг в економіці України.

В другому розділі нами були розглянуті основні методи дослідження сфери послуг, описані їх основні складові, визначені переваги і недоліки різних методів оцінки, розглянули класифікації послуг.

В третьому розділ нами було проаналізовано і дано практичну оцінку проблематики розвитку економіки сфери послуг. Проведений аналіз нами показав, на даному етапі розвитку буде чимало проблем та викликів, спостерігається стагнація, а далі падіння основних показників, розібралися в причинно-наслідковому зв’язку, та описали які є варіанти вирішення цих проблем.

Ключові слова: сфера послуг, економіка, тенденції, перспектива, індекс, класифікація, методологія.

ЗМІСТ

ВСТУП……4
РОЗДІЛ 1 СТАНОВЛЕННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ……...…....6
1.1 Сутність та змістовна характеристика послуги ……6
1.2 Історія розвитку сфери послуг в Україні ……..…..12
1.3 Роль сфери послуг в економічній системі України ……18
РОЗДІЛ 2 МЕТОДИ ТА ПІДХОДИ В РОЗРІЗІ ЕКОНОМІКИ СФЕРИ ПОСЛУГ ……..……22
2.1 Підходи в класифікації послуг у контексті управління економікою сфери послуг……..22
2.2 Методологічні засади регулювання розвитку сфери послуг України…32
РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ СФЕРИ ПОСЛУГ…….....….37
3.1 Аналіз та вирішення проблем розвитку сфери послуг в Україні…….....37
3.2 Очікування та перспективи розвитку підприємств сфери послуг ……40
ВИСНОВКИ……..……45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….……46

ВСТУП

Такому поняттю як «послуга» в українській, а також зарубіжній науковій літературі дають різного роду тлумачення, наприклад, такі як вид діяльності, а також як результат певної діяльності, можна почути ще таке формулювання − безпосередньо діяльність, що означає процес обслуговування. Такий вчений, як Ф. Котлер визначає послугу тааким чином: «Послуга − це будь-яка діяльність та(або) благо, що може запропонувати одна сторона іншій. Послуга за своєю суттю є невловимою та в свою чергу може не призводити до володіння певною власністю» [1]. В той же час такі вчені, як В. В. Козик та Л.А, Панкова зазначають «…в Україні також існує така загальноприйнята думка, яка полягає в тому, що швидке економічне зростання в державі забезпечується тільки за рахунок планомірного розвитку переважно важкої промисловості, а саме металургії, а також хімічної промисловості, не забуваємо і про машинобудування, а також і енергетичний сектор. В той же час усі розвинуті країни та ті, що на даний момент розвиваються, на протязі останніх 10-20 років зробили переорієнтацію структури економіки, переходячи від виробництва товарів саме на виробництво та надання послуг. Виходячи з цього послуги є основним джерелом досягнення довгострокового економічного росту країни, що розвивається, навіть є набагато важливішим, ніж та сама промисловість»[2].

Великий ривок у сфері послуг саме розвинених країнах описується не тільки за рахунок збільшення попиту на конкретні послуги у більшої частини населення, проте відбулася зміна в споживчій психології суспільства – послуги почали розглядатися, перш за все, як засіб реалізації людського права на життєвий комфорт та благополуччя. Можна стверджувати, що одним із символів благополуччя може стати не тільки можливість оточити себе дорогими та коштовними речами, але й можливість купувати коштовні послуги. Виходячи з цього, однією з відмінних особливостей сучасного

періоду розвитку української держави виступає те, що він може набувати нових рис, що напевно призводять до змін всіх життєвих аспектів суспільства в цілому. Орієнтація на загальносвітові тренди, що пов'язані з імплементацією цілей сталого розвитку [27,34,39,40,42,45,49,50,51], розвитком альтернативних джерел енергії та діджиталізацією суспільства [21,22,29,30,32,33,37,38,43,44,46,47,48,], впливають і на сферу послуг.

У сьогоденні в світі сфера послуг – це один, а часто єдиний динамічний та найбільший ринок, визначним чинником успіху якого є, перш за все, чітко злагоджена та максимально ефективна робота підприємств у сфері послуг, а також існуючий попит серед клієнтської бази [20,23,24,25,26,28,31,35,36,41].

Роль сфери послуг полягає в тому, що вона:

– є одним із найважливіших секторів національного і світового господарства;

– може відігравати важливу роль у процесі розвитку людського капіталу; – може впливати на саме функціонування, а також на розвиток виробництва;

– може сприяти збільшенню вільного часу;

– має на меті створення можливостей для найбільш вичерпного задоволення та розвитку потреб у людей і суспільства в цілому;

– відіграє роль найважливішого елементу у формуванні сучасної якості життя [3].

РОЗДІЛ 1 СТАНОВЛЕННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

1.1 Сутність та змістовна характеристика послуги.

Послуга як продукт праці має на меті задовольняти потреби споживачів, а цінністю послуги виступають професійні і особистісні якості особи, що її на представляє та надає. Виходячи з цього, жива праця є тим самим визначальним фактором якісних характеристик та впливають на ціну послуги. Усі ці дослідження потребують більш детального та обґрунтованості у науковому підході до якісних характеристик, а також до особливостей послуги, виключно, у сфері обслуговування [4] і насамперед при визначенні послуги. Можемо виявити саме такі наступні підходи до визначення поняття послуга за такими певними складовими:

1) змістовна, а також сутнісна характеристики; це також нематеріальні активи; цінність дій; процес дій між споживачами та постачальниками; це певна (особлива) споживча вартість; певна праця, також сукупність робіт, як результат певної діяльності;

2) спрямованість (деталізація, а також конкретизація); користь для клієнта; вигода; задоволення потреб через процес надання певних благ; забезпечення визначенності у перевагах для кінцевого споживача; сприяння для зміни стану особи;

3) взаємовідносини між учасниками сторін (постачальник і, відповідно, споживач послуг);

4) конкретний час та конкретне місце.

Беручи за основу наведений аналіз ми пропонуємо таке авторське визначення поняття послуги як результат діяльності (деякої праці, а також сукупність робіт) для можливості задовольнити потреби (користь, вигода) споживача через визначення особливої споживчої вартості послуги у конкретному місці, у конкретний період час. На відміну від більшості інших товарів, послуги можуть вироблятися та споживатися частіше всього одночасно, в підсумку може виникати цілий ряд певних особливостей

стосовно процесу управління (виробництво/ споживання):

1) такі послуги, що не підлягають збереженню, в свою чергу це дає змогу виробникам мінімально звести свій оборотний капітал;

2) на ринку послуг може загостритися проблема, стосвно регулювання попиту та пропозиції;

3) процес продажу послуг часто може потребувати підвищення рівня мобільності продавця-покупця, що має базуватися безпосередньо на контакті виробника та споживача.

Виходячи зі своєї природи послуги можуть не мати гарантованих стандартів якості, що в свою чергу, може обумовлювати високий ступінь невизначеності, що притаманний послугам. Це може ставити споживача послуг у досить невигідне положення, виходячи із цього неможливо оцінювати швидко результат, а також корисний ефект, а тільки після надання послуги, що може ускладнити процес просування конкретних послуг на ринку [5]. Аналізом властивостей послуг можна скористатися для виокремлення головних (ключових) особливостей послуг як спеціального виду товару, а саме невідчутність.

Якщо говорити стосовно характеристики особливостей послуг відносно виробництва/споживання, то її ми представили у табл. 1.

Характеристика особливостей послуг

Вид	Особливість послуги
Невідчутність (нематеріальний характер) послуг	Послуги неможливо продемонструвати, побачити, спробувати, транспортувати, зберігати, упаковувати або вивчати до моменту їх отримання
Невіддільність виробництва і споживання послуг	Послуги здебільшого виробляються і споживаються одночасно, тобто розпочинати їх надання можна тільки після отримання замовлення від клієнта на основі взаємовідносин
Нездатність послуг до зберігання	Послуги неможливо зробити завчасно та зберігати для подальшої реалізації; так, незайняті кімнати у готелі, непродані авіаквитки не можуть бути відновленими; якщо потужності щодо надання послуг переважають попит на них, це спричинює зниження дохідності або вартості послуг
Мінливість послуг	Якість послуг коливається в широких межах залежно від їх виробників, часу і місця надання послуг, від наявних на підприємстві стандартів системи обслуговування, тобто від рівня сервісу на конкретному підприємстві та від багатьох інших факторів

Рисунок 1.1 Характеристика особливостей послуг

Невідчутність послуг може створювати доволі суттєві проблеми передусім в процесі організації торгівлі між ними, а саме для продавців послуг, так напряму і для споживачів, в цілому. Беручи за основу процес продажу послуг підприємствам, що мають на меті їх реалізацію, то в даному випадку досить складно проводити демонстрацію клієнтам свого товару (послуги), а часто дуже складно займатися обґрунтуванням її собівартості та ціни її продажу та реалізації. Отже, у зв'язку з тим, що є невіддільність виробництва і споживання тих чи інших послуг, то у процесі, що описують їх купівлю та продаж та контакти, можуть мати особливості, які ми навели на рис. 1.

Рисунок 1.2 Особливості контакту виробництва і споживання

Можемо зробити висновок, що взаємопов’язавши між собою та провівши взаємообумовлення виробництва, а також споживання нематеріальних послуг показали найхарактернішу особливість, що по факту має відрізняти їх від інших, схожих між собою об’єктів комерційної діяльності а саме:

1.) Послуги нездатні зберігатися.

2.)Процес коливання попиту безпосередньо на послуги має поширюватися виключно на всі їх види, а також їх різновиди.

3.) Попит може суттєво змінюватися в залежності, наприклад, від пори року, а також днів тижня тощо, та може спричинювати досить серйозного роду проблеми для суб’єкта, що надає певні послуги [6].

Говорячи про нездатність послуг зберігатися в умовах постійного попиту підкреслимо, що це не проблемою, яку не можна було би вирішити, адже часто можливо виконати оновлення технології, зробити удосконалення системи, що відповідає за їх надання, виходячи з цього, фактично можна збільшити обсяги робіт, а також підвищити дохідність цих робіт. Досягення цих задач може потребувати від фірм-виробників досить чіткої та ефективної стратегії, що буде покликана забезпечити, перш за все, відповідність попиту пропозиції. Одним із факторів також є мінливість послуг. Для того, щоб зменшити змінюваність послуг важливо провести аналіз її причин, що напряму можуть бути пов’язаними з відсутністю конкуренції, а також низьким рівнем кваліфікації персоналу, ну і звичайно ж, ефективно підвищувати його компетенцію та кваліфікацію, розвиток та технологічний рівень комунікацій і кругообіг інформації, підтримка управлінцями невиробничої сфери тощо. Не слід забувати про те, що дуже важливим джерелом змінюваності послуг виступає і сам споживач, також його унікальність, що може обумовлювати ступінь індивідуалізації послуг у відповідності до конкретних потреб клієнтів. Виходячи з цього, постає необхідність управляти поведінкою та бажаннями споживачів безпосередньо у процесі надання послуг, а також в процесі обліку комунікаційних факторів

під час взаємодіїі з ними, в свою чергу це може унеможливлювати масовість виробництва переважної більшості видів та номенклатури послуг, що будуть надаватися. Отже, невизначеність та (або) мінливість сфери послуг може потребувати державного регулювання в більшій мірі, ніж більшість ринків інших товарів. Часто саме державне втручання у безпосереднє функціонування та взаємодію на ринку послуг викликане не тільки лише економічними, але й можуть бути політичні та соціальні причини. Приведемо приклад, для того, щоб встановити контроль або почати домінувати будь-якими підприємницькими структурами в таких сегментах ринку послуг, можемо роглянути такі, як банківська справа, а також інформація та телекомунікації, можуть бути виконані певні дії, що будуть викликати досить реальну загрозу національному суверенітету, а також безпеці країни, в цілому. Саме тому практично у всіх країнах, Україна не виключення, мають розроблятися конкретні заходи для того, щоб держава регулювала сферу послуг і встановлювала певні стандарти, що матимуть на меті регламентувати не тільки зміст послуг, але і, зокрема, якість їх надання. Виходячи з цього, особливо важливими будуть ці стандарти в таких секторах сфери послуг, як, наприклад, охорона здоров'я, також освіта, не забуваючи про телекомунікації, ну і діяльність фінансових посередників, як на фондовому так і на кредитному ринках держави. Стандартами обслуговування встановлюються досить формальні критерії, за допомогою яких оцінюється рівень обслуговування клієнтів, а також розуміємо який професійний рівень діяльності працівників конкретної фірми. Він може бути в декількох інтерпретаціях, а саме фірмовим (приведемо приклад, послуги в ресторанах), також галузевим (галузевий стандарт), ну і, звичайно ж, міжнародним (приведемо приклад готельного сервісу). Більш детально зупинимося на стандартах.

Стандартом обслуговування виступає комплекс обов'язкових для виконання правил, щодо обслуговування клієнтів та покликані гарантувати встановлений в певній структурі рівень якості всіх, без виключення,

технологічних і торговельних операцій, в цілому. В даний час більшість українських сервісних підприємств встигли засвоїти основні правила, щодо обслуговування споживачів, що є основою всіх стандартів, до яких можна прикути максимальну увагу стосовно клієнтів та споживачів послуг; високою є якість комплексу надання послуг; постійно підвищується освітній і кваліфікаційний рівень спеціалістів, а також персоналу, що обслуговує клієнтів. Ми оптимізували та надаємо розширений перелік з дев'яти, на нашу думку, основних відмінностей послуг у вигляді у табл.2.

Основні відмінності, пов'язані з маркетингом і менеджментом послуг

Відмінність послуг від товару	Ключові аспекти
Клієнти не отримують послуги у власність	Під час купівлі послуги клієнт висуває такі критерії, які можуть значно відрізнятися від критеріїв, які застосовуються під час купівлі товару
Продукти послуг невідчутні, невловимі, нематеріальні	Необхідно думати, як знайти і пов'язати матеріальні докази, як організувати виконання послуг і керувати кожним кроком у процесі надання послуг
Тісна причетність клієнтів до процесу виробництва послуг	Поведінка клієнта і компетентність можуть допомагати або перешкоджати процесу продуктивності; клієнти можуть мати потребу у керуванні як службовці (у деякому розумінні); слід врахувати можливості для самообслуговування; місце розташування і години роботи сервісного підприємства повинні бути зручними для клієнтів; дизайн сервісного підприємства має бути привабливим і приємним
Інші люди можуть формувати частину продукту	Поведінка і манери службовців і клієнтів повинні бути керованими, оскільки це впливає на задоволеність клієнта; продавець послуги – експерт, головний консультант для покупця; слід приймати на роботу обслуговуючий персонал, який володіє (або може бути навчений) як технічними, так і людськими навичками і якостями, використовувати мотивацію; може бути нерозсудливим поєднання різних ринкових сегментів і одночасно місця розташування
Велика різноманітність під час отримання й виконання послуг	Контролю якості (особливо послідовного) найважче досягти; продуктивність може бути поліпшена стандартизацією послуг; заміна службовців автоматами може зменшувати різноманітність послуг
Багато послуг клієнтам важко оцінити	Потрібно розвивати довіру між клієнтом і суб'єктом господарювання; навчання клієнтів допоможе їм робити вдалий вибір
Відсутність знарядь виробництва під час виробництва послуг	Після того, як послуги вироблені, вони зазвичай не можуть зберігатися, тому підприємства повинні розвивати стратегії, щоб задовольнити рівень попиту; слід керувати можливими рівнями, щоб відповідати можливим змінам у попиті; прибутковість підприємств сфери послуг, що змушені були розширити спектр своєї діяльності, часто є функцією правильного ведення бізнесу у правильний час за обґрунтованою ціною

Рисунок 1.3 Основні відмінності, пов'язні з маркетингом і менеджментом послуг

1.2 Історія розвитку сфери послуг в Україні.

Почнемо з того, що розвиток сфери послуг в нашій країні в значній мірі обумовив безпосередньо процес трансформації моделі вітчизняної економіки початку 90-х років XX ст. Проте, так званий, аналіз статистичних даних дає розуміння того, що сьогодні в цілому сфера сервісу в більшості регіонах України може дуже відставати від сфери сервісу економічно розвинених країн, відоштовхуючись від кількісних показників, так і від якості обслуговування [7]. Натомість недостатня розвиненість сфери послуг в Україні може дуже ускладнювати процес здійснення соціально-економічних функцій, що покладені на неї. Все це може виражатися в знову ж-таки досить недостатній участі сервісної галузі у формуванні національного доходу, як такого, а також і валового регіонального продукту, що буде позначатися на зниженні можливостей, коли відбувається реалізація інтелектуального потенціалу окремо взятої людини, що позиціонується як основна продуктивна сили суспільства.

В процесі свого існування сфера послуг переважно мала розвиток в Україні саме у великих містах, натомість у селах практично була відсутня, як така. Особливості історичного процесу розвитку сфери послуг в Україні ми представили в таблиці 3.

Етапи розвитку сфери послуг в Україні*

Дореволюційний період (до 1917 р.)	XIX ст.	Розвиток сфери послуг пов'язаний з потребами дворянського стану: особисті послуги (пошив одягу, освітні послуги, перукарські послуги, будівництво). Розвиваються народні ремесла і промисли, торгівля.
	Кінець XIX ст. – початок XX ст.	Відбувається розвиток транспортних послуг: залізничних, морських. Зростає роль кредитно-банківських операцій в розвитку промисловості (кредитні послуги, оборот цінних паперів, фінансів), біржова торгівля.
	1905–1917 рр.	Розвивається сфера масових розваг і суспільного відпочинку (театри, кінематограф, цирк).
Після революції 1917 р.	20-50-і рр. XX с.	Пильна увага до розвитку побутових послуг для громадян, безкоштовного медичного обслуговування, освіти, культурних і житлово-комунальних послуг.
	50-80-і рр. XX с.	Розвиваються освітні послуги (вища та середня професійна освіта), підвищення кваліфікації, засоби масової інформації.
	Друга половина 80-х рр. XX с.	Відбувається „перебудова економіки": переведення ряду організацій сфери побутових послуг, культурних, спортивних, установ на повний госпрозрахунок. Розвиваються платні послуги соціально-культурного комплексу.
	90-і рр. XX с. – початок XXI с.	Криза сфери матеріального виробництва приводить до перерозподілу робітників в сфері сервісу. Чисельність зайнятих у сфері послуг підвищується до 50%. Відбувається спад виробництва масових послуг: побутових, соціально-культурних. З'являються нові види послуг: консалтингові, інжинірингові, лізингові, ріелтерські, психологічне і сімейне консультування, ігровий і шоу-бізнес та ін. Інтенсивне вдосконалення видів і напрямів сервісної діяльності, в тому числі в аспекті інформатизації.

Рисунок 1.4 Етапи розвитку сфери послуг в Україні

Підвищеною увагою до сфери послуг саме з боку державних і місцевих органів управління, а також вчених і всього суспільства в цілому, обумовлюється дуже важливими та визначальними факторами, що стосуються сучасного соціально-економічного розвитку нашої країни, а також процесами, що формують зовнішньоекономічниі зв'язки з іншими системами та структурними одиницями.

По-перше, в Україні було проголошено офіційну доктрину, основою якої є побудова в державі соціально-орієнтованих засад державного управління з чітко розвиненою ринковою економікою, що здатна задовольнити потреби наслення,що постійно зростають.

Другим фактором виступає той факт, що у сфері сервісу має місце постійне створення нових робочих місць, виходячи з того, що побутова техніка проходить процес безперервного розвитку та ускладнюється, як наслідок відбувається зростання обсягів продажів, що в свою чергу провокує створення додаткових потреб у фахівцях та виробництвах. З цими, вище перерахованими факторами пов'язане зростання доходів населення, що володіє вільними фінансовими та економічними коштами, а також має ціль в придбанні якісних товарів та прагне отримувати різноманітні послуги. У нашому сучасному суспільстві сама суть споживання може виступати в ролі соціального інституту і в свою чергу буде забезпечуватися через систему сервісу, яка має властивість постійно розширюватися. В той же час сфера послуг, в основному, буде забезпечувати потреби людини, а з іншого боку – потреби, так чи інакше, будуть ставати продуктивною силою розвитку сфери послуг. По-третє, слід відмітити, що в сфері послуг має забезпечуватися дуже швидка окупність інвестицій, що в свою чергу дозволить забезпечити швидкий приплив у неї великих інвестицій та підвищить активність інвесторів. Четвертим фактором буде те, що швидкий розвиток сфери послуг, використовуючи інноваційні технології зможе дозволити, виходячи з результатів статистичного аналізу, процес створення та реалізацію нових послуг та значно підвищить додану вартість. Міжнародним аспектом в

процесі розвитку сервісної галузі є розширення в сфері зовнішньо-економічних зв'язків України та управління тенденціями глобалізації. В той же час результатом сервісного бізнесу є робота над вирішенням без посередньо проблеми, стосовно підвищення конкурентоспроможності української сфери послуг.

Багато в чому ринковий шлях розвитку України має меті створити передумови для якісного та інтенсивного становлення та розвитку сфери послуг, що буде охоплювати галузі й підприємства принципово різних форм власності, що в свою чергу будуть створювати сприятливі умови для розвитку та виходу на новий рівень виробничого сектору економіки для забезпечення комфортної життєдіяльності населення. Стосовно рівня розвитку сфери послуг в Україні, то слід зазначити, що вони не завжди доступні та якість бажає бути кращими та далеко не завжди дійсно відповідає потребам населення, а в свою чергу органи місцевого самоврядування, а також регіональні органи управління практично не мають мети створити належні умови для розвитку якісної системи сфери послуг, що будуть в перспективі надаватися населенню. Внаслідок цього багато дослідників відзначають, що вільна конкуренція відсутня на ринку послуг, а також відбуважться звуження ресурсної бази сфери послуг. Виходячи з цього, споживачі часто нарікають на постійне підвищення цін на надання послуг, а їхня якість залишається досить низькою. Зі значним відставанням економіки України від наших західних партнерів в розвитку сфери послуг пов'язані такі вихідні теоретичні передумови (по-перше, відзначимо, що до певного часу економісти вважали, що сфера послуг виступає в ролі другорядного фактора в розрізі національної економіки в процесі суспільного виробництва), в свою чергу пов'язували це з радянською ментальністю, що мала на меті відносити невиробничу діяльність до найменш пріоритетних та важливих видів діяльності, виділяючи при цьому виробничу. Відзначимо, що за рівнем розвитку сфери послуг нашої держави, а також її регіонів простежується значне відставання від сфери послуг економічно розвинених країн не тільки

за кількісними показниками, але і за якістю обслуговування населення. Низька розвиненість сфери послуг в Україні може ускладнити процес здійснення соціально-економічних функцій, що покладені на неї. Це буде виражатися, передусім, в недостатній участі галузі в процесі створення національного доходу, а також і валового регіонального продукту, що безумовно позначиться на зниженні рівня можливостей стосовно реалізації потенціалу інтелектуального розвитку людини як однієї з головних факторів продуктивної сили суспільства в цілому. Однією з найважливіших особливостей сфери послуг є те, що в ньому присутній яскраво виражений регіональний характер, тому процес надання послуг населенню проходить виключно за місцем проживання у відповідності до індивідуальних потреб того населення, що може проживати на певній конкретній території. Тому в такому випадку практично невелика тривалість виробничого циклу може обумовлювати досить низьку ресурсомісткість, а також дуже високу швидкість обертання саме оборотних коштів. Виходячи з цього, може бути достатньо швидка окупність капіталовкладень, що може бути основним фактором, що буде визначати інвестиційну привабливість галузі в цілому. Дуже важливими етапами та тенденціями в сучасному процесі розвитку сфери послуг в нашій країні будуть наступні фактори:

1. Реструктуризація споживчого попиту на послуги. Почнемо з того, що на конкретному ринку послуг можуть відбуватися певного роду трансформації, що, як правило, часто можуть бути пов’язаними зі зміною попиту на конкретні групи послуг та описані не тільки й об’єктивними, а і суб’єктивними чинниками, в тому числі: за останні роки, більше як удвічі скоротилася частка надання побутових послуг, а також було зниження попиту на ремонт, а також, наприклад, пошиття одягу, також це стосується виготовлення та ремонт меблів, натомість було зафіксовано зростання частки освітніх і медичних послуг, а також послуг, що пов’язані з інфраструктурної сфери: ЖКГ, транспортні послуги, послуги зв’язку. В той же час може спостерігатися досить значне зростання частки послуг, що пов’язані з

техобслуговуванням та ремонтом автомобілів, а також інших транспортних засобів, ремонтом та будівництвом житла.

2. Інтенсивний розвиток інформаційно-телекомунікаційних послуг. Розшифруємо більш детально, у сфері обслуговування, якщо говорити про надання декількох видів послуг, то частка вартості інформації може складати до 75 % вартості, що знову створені. Що стосується інформаційних систем, а також засобів зв'язку, то вони дедалі частіше будуть ставати невід'ємними компонентами, якщо мати на увазі, передові технології управління сервісними фірмами, що стосуються виробництва послуг. В умовах не тільки глобальної інформатизації буде стояти досить актуальне завдання, що покликане прискорити формування, а також розвиток сфери інформаційних послуг, що мають на меті надавати населенню та суб'єктам, що займаються господарською діяльністю та будуть конкурентоспроможними на ринку послуг.

3. Внутрішньовидова диверсифікація послуг. Даною тенденцією розвитку в сучасній сфері послуг описується розширення внутрішньовидової диверсифікації послуг, що продовжують надаватися конкретним споживачам. Одні з передових фірм можуть підвищувати рівень сервісу беручи за основу надання клієнтам цілої низки додаткових послуг, які, як правило, дуже добре узгоджуються з їх основною діяльністю, якщо говорити про автозаправні станції, до слова.

4. Міжвидова інтеграція послуг. В нинішніх реаліях, характерною стає тенденція розвитку послуг, що несуть додатковий характер, проти вони досить тісно пов'язані з основними видами сервісу, приведемо прилад, послуги дизайну, а також проектування і перепланування, це саме стосується і модернізації не тільки житлових будинків, а і офісних будівель при проведенні ремонтних робіт, а також при добірці та встановленні меблів та фурнітури, а також світлотехнічної апаратури та більш складної побутової техніки та обладнання.

5. Формування сервісних комплексів. Отже, під впливом, так

називаємого, ринкового попиту та враховуючи можливості конкретних фірм може відбуватися консолідація відокремлених видів послуг та зведення у комплексні, використовуючи інтеграцію і комбінування в доволі різних поєднаннях. Можливість формувати багатофункціональний комплекс послуг та робіт часто може супроводжуватися трансформацією окремо взятих послуг, буває, що їх сукупність в рамках принципово нового та актуального організаційного підходу, інакше кажучи, комплексного сервісу, що має на меті охоплення різних видів і груп послуг. В той же час все частіше продовжує проявлятися потреба в цілісному та комплексному наданні різного роду послуг, проте не тільки населенню, а і більшості господарюючим суб'єктам. Дуже важливим чинником, що може стимулювати розвиток комплексного обслуговування, виступає природне прагнення фірм-споживачів у сфері послуг отримати той чи інший набір послуг швидко та в одному місці. До сфери послуг найчастіше може відноситись трудомісткий сектор національної економіки, виходячи з цього, найважливішою особливістю стосовно розвитку економіки України виступатиме підвищення рівня зайнятості в області сфери послуг в цілому. Процес динамічного розвитку сфери послуг, як ми вже з вами дізналися, глибоко пов'язаний з науково-технічним прогресом, в той же час напряму з його технологічною складовою. Стосовно новітніх технологій, то можемо зазначити, що виключно в галузі штучного інтелекту, а також комп'ютерної техніки і різних засобів телекомунікації, змінюються методи ведення бізнесу, можуть змінюватися також напрями руху фінансових потоків, а також виникають нові вимоги до менеджменту та управління людськими ресурсами. Як правило, часто може зазнавати змін сфера сервісу, яка в більшій мірі має на меті орієнтуватися на запити споживачів та отримувачів тих чи інших послуг. Основним революційним та інноваційним для сервісних організацій постав перехід безпосередньо на електронні системи, що відповідають за обслуговування клієнтів і електронне ведення бізнесу, в том числі мережа інтернет.

Розглянемо послуги, як складову частину суспільних потреб, в данному випадку вони виступають в ролі двигуна відтворювального процесу, а процесу розширеного відтворення все частіше та все більше потрібен розвиток сфери сервісу. Крім того, саме прискорення розвитку сфери послуг найчастіше виступає в ролі каталізатора для територіального розвитку та виконує роль мультиплікатора. Підсумовуючи все вищесказане можемо резюмувати, що всі заходи стосовно прискореного розвитку даної галузі, а також різноманітних видів послуг мають включатися в стратегію соціально-економічного розвитку України.

1.3 Роль сфери послуг в економічній системі України

Дамо визначення поняттю сфера послуг – це сукупність галузей, а також підгалузей і видів діяльності, функціональним призначенням яких у системі суспільного виробництва полягає виробництво та реалізація послуг, а також духовних благ для населення в цілому або певної групи.

У відповідності до теорії суспільства Д. Белла, може існувати такі три стадії економічного розвитку суспільства, а саме – доіндустріальна, також індустріальна, ну, ну і постіндустріальна. Якщо говорити про доіндустріальне суспільство, то в цих умовах відбувається використання робочої сили переважно в добувних галузях, таких як: гірничодобувна промисловість, рибальство, лісництво, сільське господарство. Стосовно індустріального суспільства, то в даному випадку, на думку такого вчено, як Д. Белл, воно може існувати в умовах масового виробництва великої кількості товарів.

Про постіндустріальне суспільство можна сказати, що воно буде характеризуватися перш за все домінуванням у робочій силі саме професійного й технічного класу, а не промислового пролетаріату.

В даному випадку, процес переходу від індустріального до постіндустріального суспільства може мати декілька етапів, перерахуємо їх:

– перший етап говорить про те, що розвиток промисловості допускає експансію транспорту, а також і суспільних служб як послуг, що тісно пов'язані з рухом товарів;

– другий етап – це процес зростання саме сфери розподілу (оптової й роздрібної торгівлі), також фінансового сектору, враховуючи і операції з нерухомістю, а також страхування;

– третій етап характеризується зростанням національного доходу та, як правило, може супроводжуватися зменшенням у населення частки видатків, скажімо, на харчування, а залишок, що був збільшений направляється спочатку на те, щоб придбати товар саме тривалого користування, а вже наступним етапом, предмети розкоші, також на відпочинок, ну і звичайно ж, споживання інших видів послуг.

Розділимо функції сфери послуг на економічні та соціальні, а саме:

Економічні функції:

1. Обслуговування процесу виробництва матеріальних благ;

2. Відтворення робочої сили;

3. Створення додаткових матеріальних благ;

Соціальні функції:

1. Задоволення потреб населення в різних видаї обслуговування;

2. Забезпечення зниження витрат і поліпшення умов праці в домашніх господарствах;

3. Реалізація вільного часу.

4. Забезпечення безпеки й нормального функціонування держави, охорони громадського порядку.

В той же час, економічні функції сфери послуг розглядаються як діяльність, що спрямована на те, щоб створити додаткові блага переважно у формі матеріальних послуг, не забуваючи також і про діяльність, що має має на меті обслуговувати процес саме матеріального виробництва, а також може напряму сприяти підвищенню та зміцненню економічного потенціалу суспільства, в цілому.

Зазначимо, що соціальні функції сфери послуг можуть включати, в першу чергу, потребу задовольнити населення в абсолютно різних видах обслуговування. Другим моментом, група соціальних функцій має забезпечувати процес, що в кінцевому рахунку знизить витрати, також в свою чергу, значно поліпшить умови праці в домашніх господарствах, завдячуючи діяльності організацій житлово-комунального, також побутового обслуговування населення.

В залежності від того, як саме можуть проявлятися послуги, умовно ділять сферу обслуговування ділять на такі два підсектори, опишимо їх:

1) виробництво матеріальних послуг (наприклад, транспорт, торгівля, а також житлово-побутове обслуговування тощо.);

2) виробництво нематеріальних послуг (управління, наука, діяльність армії й органів безпеки, освіта).

Підсумовуючи все вищесказане, поряд із традиційними методами розподілу сфери послуг на такі підсектори, як матеріального/нематеріального виробництва, можуть зустрічатися інші класифікації.

У деякій науковій літературі ми можемо знайти, що сфера послуг розподіляється на три сектори:

-інфраструктурний (наприклад, транспорт, зв'язок, передача електроенергії і тепла та теплоносії);

- розподільчо-обмінний (наприклад, торгівля, страхування, а також фінанси);

- соціально-управлінський (наприклад, управління, наука, а також освіта і охорона здоров'я).

Процес розвитку сфери послуг в нашій країні буде зазнавати постійного та серйозного впливу не тільки позитивних, але і негативних чинників. Негативні чинники виділимо такі: по- перше, невисокий рівень конкуренції, підприємства сфери послуг можуть рівномірно розвиватися; по-друге, досить слабкий рівень реагування підприємств сфери послуг в розрізі державного сектора економіки.

Стосовно позитивних чинників, то сюди можна сміливо відносити досить значне збільшення кількості організацій сфери послуг; можемо віднести і появу на українському ринку іноземних конкурентів, які, як правило, мають певний досвід, що стосується організації сфери послуг у розвинених країнах; суттєве зміцнення недержавного сектора економіки, включаючи малий та середній бізнес та ін.

РОЗДІЛ 2 МЕТОДИ ТА ПІДХОДИ В РОЗРІЗІ ЕКОНОМІКИ СФЕРИ ПОСЛУГ

2.1 Підходи в класифікації послуг у контексті управління економікою сфери послуг.

Всі наявні офіційні класифікації послуг ми можемо об’єднати в такі дві групи:

1) спеціалізовані класифікації — класифікації, що будуть направлені для виконання певних конкретних завдань, до слова, це можуть бути — процес регулювання зовнішньої торгівлі (класифікація Світової організації торгівлі (СОТ), також Світового банку (СБ), окрім цього, Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) і Міжнародного валютного фонду (МВФ) тощо;

2) загальні класифікації, в цій класифікації, послуги, наряду з іншими складовими не менш важливими, даної економічної системи, що будуть об’єднані за такою ознакою, як спорідненість певних видів економічної діяльності. Саме такого роду класифікації будуть в якості основи національних, а також міждержавних систем статистичного обліку, що можуть також бути використані не тільки для макроекономічного аналізу, але й для міжнародних порівнянь. В той же час, найпоширенішими та найбільш актуальними є такі — Класифікація видів економічної діяльності Статистичної Комісії ЄС, а також Міжнародна стандартна галузева класифікація видів економічної діяльності ООН (ISIC), окрім цього модифіковані варіанти цих класифікацій використовуються, як правило, в багатьох країнах світу.

Продовжуючи дану тему, слід відзначити, що одним із найважливіших та основоформуючим документів СОТ стосовно регулювання процесі в сфері послуг — це Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС). Ця угода передусім покликана скоротити та усунути державні обмеження, що можуть

виступати в ролі перешкоди для вільного надання різних транскордонних послуг та (або) можуть бути дискримінаційними у відношенні до тих компаній, що були створені напряму за рахунок участі іноземного капіталу.

Дана угода також має на меті забезпечити надійну правову базу для того, щоб вирішувати питання стосовно усунення будь-яких перешкод для торгівлі та руху та надходження інвестицій у сфері послуг, також вона включатиме конкретні зобов'язання всіх країн-учасниць СОТ, що приймають в ній участь, стосовно обмежень для використання цими країніми таких бар'єрів. Зазначимо, що всі міжнародні угоди, що знаходяться в СОТ не будуть давати визначення поняття "послуга", проте тільки можуть встановлювати, що та чи інша послуга може чи не може включати будь-яку послугу, абсолютно в будь-якому секторі, але не беручи до уваги послуги, що продовжуть надаватися для того, щоб виконати державні повноваження. Для того, щоб максимально ефективно проводити регулювання в ГАТС, усі послуги, без виключення, мають бути класифіковані в 12 секторів: послуги у сфері зв'язку й аудіовізуальні послуги; ділові послуги; дистриб'юторські послуги будівельні та пов'язані з ними інженерні послуги; послуги, пов'язані з захистом навколишнього середовища; послуги у сфері освіти; послуги у сфері охорони здоров'я і соціального забезпечення; фінансові послуги; транспортні послуги; туризм і послуги, пов'язані з подорожами, послуги з організації дозвілля, культурних і спортивних заходів (крім аудіовізуальних послуг); інші послуги. Повертаючись до теми секторів, то будь-який сектор має поділятися на підсектори (всього 155). Наведемо приклад, послуги зі страхування будуть утворювати окрему групу в такому секторі, як "Фінансові послуги" та будуть об'єднувати такі підсектори: страхування життя; також сюди входить і страхування від нещасних випадків та здоров'я людей; також інші види страхування. Даний протокол поширюється майже на 95% міжнародної торгівлі, що займається банківськими, а також страховими послугами, торгівля цінними паперами, і звичайно ж, фінансовою інформацією тощо.

Досить схожі завдання та цілі стосовно регулювання міжнародної торгівлі послугами переслідує класифікація СБ, виходячи з цього, можна виділити факторні послуги (factor services) — це платежі, що можуть з'явитися у зв'язку з тим, що фактори виробництва виконують рух в міжнародному просторі, та в першу чергу це пов'язуються з капіталом, а також робочою силою (наприклад, доходи чи інвестиції, також можуть бути роялті та ліцензійні платежі, також приведемо і приклад заробітної плати, що була сплачена нерезидентам), а також нефакторними послугами (так звані non-factor services) — такий вид послуг, що можуть бути не пов'язанами з рухом факторів виробництва (наприклад це можуть бути транспорт, а тауож туризм та інші нефінансові послуги).

Дуже частим явищем є рух тих чи інших послуг від продавця до покупця, що може відбуватися паралельно з рухом товарів або, наприклад, інвестицій. Саме в такому випадку, вони поділяються на (в залежності від способів доставки послуг споживачу): послуги, що напряму є пов'язаними з інвестиціями (на англ. investment-related services) — це такі банківські, готельні, а також професійні послуги; послуги, що напряму пов'язані з торгівлею (так звані trade-related services) включаємо сюди транспорт і страхування; послуги, що можуть бути йти разом, одночасно з інвестиціями та торгівлею (trade-and-investment related services) — це зв'язок та будівництво, а також комп'ютерні та інформаційні, включаючи сюди також рекреаційні та культурні послуги.

На протязі 1997–2000 рр. в нашій країні відбувся перехід на систему міжнародних стандартів статистичної звітності та запровадили, так звану Класифікацію видів економічної діяльності ДК 009–96 (КВЕД), що добре поєднується з Класифікацією видів економічної діяльності Статистичної Комісії ЄС (REV.1 модифікація 7). Зазначимо, що виходячи зі швидкого розвитку технологій, окремо виділимо сферу інформаційної, а також комунікаційної діяльності, поява принципово нових типів та класифікацій в спеціалізації підприємств, і звичайно ж поділом всього виробництва на

операції, під егідою всесвітньо відомої Статистичної Комісії ООН був проведений перегляд всіх ічнуючих міжнародних статистичних класифікацій, що описують види діяльності та типи продукції, підсумком цього на рівні Європи були прийняті нові центральні статистичні класифікації — це Класифікація видів економічної діяльності (NACE, rev. 2), а також Класифікація продукції за видами економічної діяльності (CPA–2008). У відповідності цьому, на протязі 2012 р. в Україні також був запланований перехід максимально адаптований, під українські реалії, новий національний український класифікатор ДК 009:2010 “Класифікація видів економічної діяльності”.

Ми розуміємо, що сфера послуг є сукупністю багатьох видів діяльності, враховуючи також той факт, що результат цієї діяльності описується як нематеріальні продукти, що також можуть бути використані у процесі матеріального виробництва, ну та (або) ж кінцевому, в той же час, а також споживанні, що пов’язане з процесом формування людської особистості чи матеріальних умов для її побуту, до даної сфери послуг сміливо можемо віднести також види економічної діяльності секцій G – Q КВЕД, такі як: “Діяльність готелів і ресторанів”, “Оптова та роздрібна торгівля, торгівля транспортними засобами, послуги з ремонту”, “Фінансова діяльність”, “Транспорт”, “Послуги державного управління”, “Операції з нерухомістю, здавання в найм і послуги юридичним особам”, “Охорона здоров’я і соціальна допомога”, “Освіта”, “Послуги домашньої прислуги”, “Колективні, суспільні та особисті послуги”.

Результатом запровадження КВЕД є те, що ми можемо порівнювати особливості саме структурних зрушень в економіці нашої країни, а також тих країн, що знаходяться на дійсно різних стадіях економічного розвитку і не тільки. Натомість воно дещо ускладнює процес співставлення показників стану української сфери послуг, беручи за основу період до 2000 р. (дана статистична інформація вже була узагальнена у відповідності до Загального Класифікатора “Галузі народного господарства України”) та періоди після

нього. Такого формату дослідження потребували серйозного опрацювання саме первинної статистичної інформації, що в свою чергу напряму пов’язувалось зі досить значними фінансовими, а також затратами часу, виходячи з цього, у певних випадках все-таки доцільніше використовувати непрямі дані.

Беручи за увагу особливості ціноутворення, переважно у міжнародній практиці звичацно застосовується поділ послуг на такі дві групи:

1) ринкові послуги — частіше за все продукуються з метою продажу задля отримання максимальних прибутків, а також можуть реалізовуватися за рахунок ринкової вартості. Вони також можуть охоплювати оптову та роздрібну торгівлю, і не тільки, можна сміливо стверджувати, що і готельне та ресторанне господарство, окрім цього транспорт і зв’язок, а також фінансові послуги та послуги при проведенні операціях із нерухомістю тощо. (секції G–K КВЕД);

2) неринкові послуги — вони в свою чергу можуть реалізовуватися за рахунок державних або некомерційних установ та організацій за такими цінами, що взагалі не мають жодного економічного значення (переважно аба виключно за бюджетні кошти), їх метою виступає задоволення індивідуальних потреб як домашніх господарств, так і це стосується колективних потреб суспільства. Вони, як правило, можуть охоплювати також послуги державного управління та значної частинуи послуг освіти, а також охорони здоров’я і культури в цілому, вони відносяться до секцій L–Q КВЕД. Що стосується обсягу виробництва, а також споживання неринкових послуг, то вони оцінюються за допомогою такого показника, як собівартість. В той же час, зустрічається також форма поєднання ринкового, а також неринкового підходів до ціноутворення при умові, що певна частина ринкового випуску має доповнюватися, в свою чергу, компенсаційними виплатами, що виражаються у формі дотацій із досить різних джерел (до прикладу, житлові, комунальні, також це стосується транспортних та інших послуг, що пов’язані з обслуговуванням домашніх господарств).

Беручи до уваги певні відмінності бізнес-циклів, враховуючи і особливості функціонального призначення, підкреслюємо той факт, що розрізняють:

1) послуги, що надають установи та організації державного управління (секція L КВЕД);

2) фінансові послуги (секція J);

3) нефінансові послуги (секції G, H, I, K, N, O, P), що включають в себе окремо виділені послуги стосовно торгівлі, а також ресторанного господарства.

Беручи до уваги ці ознаки, Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) [8] проводить класифікацію послуг таким чином:

1) дистрибутивні — це ті послуги, що тісно пов'язані з процесом розповсюдження не тільки товарів та інформації, але і переміщенням осіб. Можна стверджувати, що певна частина цих послуг буде призначатися для безпосереднього споживання (якщо більш детально, то індивідуального чи групового), проте переважна більшість буде виконувати в основному посередницькі функції, знаходячись на самому шляху руху продукції до кінцевого споживача (роздрібна торгівля), а також у виробничому процесі, до слова, це транспортні послуги;

2) особисті — послуги, що мають на меті задовольнити індивідуальні потреби певної особи, це можуть бути, послуги готелів і ресторанів, а також послуги у сфері відпочинку та індустрії розваг, включно з перукарськими послугами тощо;

3) виробничі — це такі послуги, що напряму пов'язані з самим процесом матеріального виробництва, водночас мають відповідне призначення для суб'єктів господарювання, враховуючи домогосподарства. Можемо сюди віднести: фінансове посередництво, також операції з нерухомістю, оренда машин і устаткування, також консультаційні послуги у сфері інформатизації, реклама тощо.;

4) соціальні — це такі неринкові послуги, що мають на меті безпосередньо задовольнити абсолютно різні особисті, а також суспільні потреби людей, в тому числі, послуги, що можуть бути пов'язані і з державним управлінням та соціальним страхуванням, включно з охороною здоров'я, послугами у сфері освіти та культури тощо.

Ми вважаємо, що всі спроби, стосовно охоплення та можливість описати дуже велику кількість різних послуг є, на на наш погляд, даремною та безуспішною, адже видова структура цих послуг досить динамічно оновлюється, змінюється та прохододить процес трансформації за рахунок не тільки науково-технічного прогресу, а і потреб суспільства в цілому. Саме в такому випадку, основна увага має бути прикута до таких критеріїв класифікації, які, скажімо так, будуть відігравати серйозну та велику роль у процесі розробки та прийняття управлінських рішень. У цьому напрямку вчена Т. Софіна підкреслює, що: "Пізнання природи благ-послуг, а також формування приципів систематичного уявлення про них можуть знаходити відображення у різного роду таксономіях. В свою чергу, множинністю класифікаційних систем розшифровуються онтологічні рівні пізнання, а також їх ієрархічність. Крім цього, поняття цілеорієнтованості суб'єкта буде визначати ту чи іншу класифікаційну систему, що в свою чергу буде полягати в її визначеності" [9, с. 104].

В той же час науковці-маркетологи підкреслюють, що саме від класифікації послуг багато, що залежить, в тому числі, результат маркетингової діяльності (відзначимо, що доцільно розглядати маркетингові класифікації послуг та це є досить актуальним, знову ж-таки в контексті підвищення попиту до маркетингового підходу в процесі управління сферою послуг). Пікреслюємо, що послуги суттєво можу відрізнятися між собою, наприклад, за відчутністю, а також за рівнем кваліфікації людей – виробників послуг, враховуючи при цьому трудомісткість, рівень регулювання зі сторони державних органів, ступінь контакту з кінцевим споживачем. Фактично, беручи все це до уваги, усвідомлюючи, що дуже важливо виділяти

послуги саме як особливий товар, з усього перечня товарів, маркетологи приходять до висновки, що конче необхідним є проведення чіткої межі між цими видами результатів, стосовно виробничої діяльності, виходячи зі ступеню відчутності отриманого в підсумку результату. В свою чергу, вчений Ф. Котлер описував п’ять видів товарів так: “чистий” (відчутний) товар; відчутний товар разом з супутніми послугами; гібрид, що може поєднувати фактично в рівній мірі характеристики як товарів, так і послуг; послуги, що надаються з використанням певних конкретних фізичних об’єктів і надають їм додаткових послуг; “чиста” послуга, надаючи яку можна не використовувати відчутний товар, але результат якої буде невідчутний [10].

Говорячи про основні критерії класифікації послуг, вчений К. Лавлок називає такі: ступінь відчутності до процесу обслуговування; хто (або що) виступає в ролі прямого об’єкта обслуговування безпосередньо в сервісному процесі; конкретне місце, а також чітко визначений час надання послуг; індивідуалізація та стандартизація послуг; характер взаємозв’язків між самим виробником та кінцевим споживачем послуг; ступінь, що описує відповідність попиту щодо пропозиції; роль споруд, а також і устаткування по відношенню до персоналу в процесі обслуговування клієнтів [11, с. 75].

В підсумку процес групування послуг, використовуючи приведені вище характеристики дозволить виділяти достатньо розгорнуту їх типологію. Натомість варто сказати, що в підходах цього вченого, наголос був зроблений переважно на самих характеристиках послуг, розглядаючи їх в ролі об’єкта комерційного маркетингу, що в свою чергу може залишати за межами проведеного аналізу цілий ряд характеристик, що властиві, послугам як некомерційних організацій, так і державним установам, знову ж-таки в рамках програм і соціальної політики також.

Науковець Т. Софіна в основу своєї класифікації благ-послуг визначила конкретні відмінності послуг та інших благ, включаючи: безпосередньо сам контакт між виробником та споживачем; ступінь рівня опосередкованості в

проекції часу та простору “персоналізації економічних відносин стосовно обслуговування креативним методом (первинна ознака ієрархії)”, а також матеріальними елементами самого процесу надання послуг, що може показувати побічну ознаку в цій ієрархії та якості. В свою чергу автор виділяє таке: послуги на першому рівні, в цій ситуації економічні відносини будуть характеризуватися домінуванням людського фактора та великою часткою персоналізації ефекту роботи, в першу чергу враховуючи значимість саме креативної складової (наука й освіта, також інформаційне обслуговування, охорона здоров’я, культура і мистецтво, включно з фізичною культурою і спортом); послуги на другому рівні, цим послугам характерно вищий ступінь опосередкованості сукупності елементів в цілому або окремо, об’єктивного роду та характеру, що будуть базуватися на не такій великій інтерактивній взаємодії виробника і кінцевого споживача (так звані, побутові послуги, а також телекомунікаційне обслуговування, сюди входить і транспорт, не забуваємо про послуги фінансово-кредитної сфери та страхування, послуги ЖКГ, громадське харчування, торгівля) [12, с. 104–114]. Ми думаємо, що ця досить автентична класифікація буде вирізнятися новизною та чітко підкреслюватиме роль послуг у суспільному відтворенні, та буде слугувати в ролі ефективного засобу багаторівневого підходу в процесі аналізу еволюції сфери послуг, натомість вона не досить придатна для проведення дослідження проблем управління у сфері послуг.

Необхідно передусім провести аналіз і оцінити можливості стосовно використання тієї або іншої класифікації послуг, що надаються населенню України. Беручи до уваги системно-еволюційний підхід, то суспільний інтелект у зв’язку із розвитком суспільства набуває значення основного його ресурса і в той же час джерела, що утворює прибутку. Виходячи з цього, держава має усвідомлено продовжувати розвиток духовно-інтелектуальних потреб людей, в той же час намагатися поступово посилити їхню пріоритетність у порівнянні із задоволенням саме матеріальних потреб. Беручи до уваги думку вченого Л. Клікіча, на противагу піраміді потреб

А. Маслоу, вона пропонує шестирівневу піраміду потреб у матеріальних та нематріальних послугах [13, с. 100]. Ця піраміда урізана, а також перевернута основою догори, адже вона виходить з практичного мінімуму потреб певної людини, що можуть існувати від моменту народження та, в свою чергу, зростатимуть у процесі її життя та розвитку у зв'язку із законом збільшення потреб людини. Враховуємо, що дана теза нерівноважної економіки говорить про те, що матеріальні блага мають бути вироблені суспільством у форматі задоволення фізичних норм людської спільноти, при цьому не виводити сам процес задоволення потреб ці межі [14, с. 41]. Такого роду підхід досить актуальний у форматі концепції саме сталого розвитку, що буде акцентувати серйозну увагу на недопущенні негативних наслідків від домінування у розрізі моралі "суспільства споживання".

Значимі критерії	**Класифікація**
унікальні;нестандартизовані; частковостандартизовані; стандартизовані	рівень стандартизації послуги
відчутні дії, що впливають безпосередньо на споживача; відчутні дії, що впливають на майно споживача; невідчутні дії, направлені безпосередньо на споживача; невідчутні дії, направлені безпосередньо на майно споживача	рівень залучення споживача у процес виробництва
ділові або бізнес-послуги; споживчі; соціальні	сфера надання послуг
добровільні; меріторні; нав'язані	міра добровільності обслуговування
мають за мету максимізацію прибутку; припускають одержання прибутку, однак націлені на вирішення соціальних проблем; націлені виключно на вирішення соціальних проблем	цільові настанови на прибутковість
бюджетні; змішані;	участь держави у фінансуванні
з сильно вираженою соціальною значимістю; з середнім ступенем	участь держави у фінансуванні

соціальної значимості; не значимі з точки зору суспільної корисності	

Таблиця 1. Значимі критерії та їх класифікація

Процес виділення даних критеріїв ми обумовлюємо зі специфікою послуги саме як товару та певними особливостями самого процесу споживання у системі ринкової економіки, тут наряду з ринковим, иоже бути присутнім і неринковий сегмент надання послуг, що буде вимагати достатньо специфічних методів для проведення управління з боку держави. Даний список можна розширити. Його метою є відображення відмінностей послуг, виходячи з позиції необхідності та важливості даного критерію для того, щоб сформувати механізми управління сферою послуг.

2.2 Методологічні засади регулювання розвитку сфери послуг України.

Значущість сфери послуг в українській економіці постійно зростає, це можна пояснити досить поступовим переходом її до постіндустріального типу економіки. Виходячи з цього, Україна дуже зацікавлена не тільки у кількісному зростанні об’ємів виробництва, а також реалізації послуг, але передусім у якісному процесі розвитку всієї, без виключення, послугової сфери. Отже, ключовим завданням регулювання даного сектору економіки буде виступати процес диверсифікації та переорієнтації виключно на соціальні, а також виробничі послуги, що в свою чергу є стратегічним моментом для національної економіки. Проте, в нинішніх умовах, що диктує глобалізація етап регулювання розвитку сфери послуг може відбуватися не тільки, беручи до уваги регіональний та державний рівень, але й глобальний.

Фактично це матиме відображення, коли будуть висунуті вимоги міжнародними організаціями стосовно показників якості та складу послуг, не забуваючи про ціноутворення на деякі види послуг, включно з комунальними, це впливатиме на фінансування окремо взятих реформ та програм. Виходячи з цього, можемо резюмувати, що на етапі розробки

концептуальної науково- обґрунтованої моделі, виключно державного регулювання процесу розвитку сфери послуг виникатиме гостра необхідність врахувати вплив глобалізації на нього. Відштовхуючись від того, що державне щодо регулювання сфери послуг необхідно розглянути з двох сторін, а саме: по-перше, в якості цілеспрямованого та свідомого впливу на державні органи управління, а також їх вплив на поточне функціонування, враховуючи майбутній розвиток сфери послуг; а з іншого боку, розглянемо це у форматі сукупності адміністративно-правових, а також економічних та інформаційних заходів, що формуються державою. Як ми бачимо, саме другий підхід більш конкретний та глибоко пояснює перший, саме в такому випадку їх можна буде об'єднати в єдиному визначенні, зробивши доповнення з боку його результативної складової. Тому під державним регулюванням сфери послуг необхідно розглядати цілеспрямований та свідомий вплив саме державних органів управління на сферу послуг, в цілому, застосовуючи комплекс адміністративно-правових, також економічних та інформаційних заходів, досягнувши доволі довготривалого та сталого розвитку цієї сфери.

Давайте більш детально зупинимося на методологічних засадах побудови кокнретної моделі щодо регулювання процесу розвитку сфери послуг. Дозволимо собі представити, що в цьому разі передбачається використання концептуального підходу, що в своб чергу буде вимагати досить чіткого виділення таких ключових елементів, як: принципи, мета, завдання, методи, суб'єкти, об'єкти, звичайно ж результати регулювання. Провівши аналіз праць деяких вчених, можемо сформулювати та констатувати такі ключові принципи щодо регулювання, беручи за основу інституціональну концепцію розвитку, перерахуємо їх:

- принцип, що базується на сталості та довгостроковості дії виключно державного механізму щодо регулювання розвитку сфери послуг;

- принцип, що відображається у підтримці конкурентного середовища та захищає його від будь-яких проявів нечесної конкуренції;

- принцип збалансованості та узгодженості, що стосується напряму інтересів домогосподарств, а також підприємницького сектору та держави, в цілому;

- принцип законодавчого закріплення та контролем щодо дотримання екологічних, економічних, соціальних норм і нормативів;

- принцип, що пояснює відповідність з ключовими аспектами регулювання норм та правил того макро-, також мікросередовища, що є надважливою складовою в яку входить сфера послуг;

- принцип адаптивності, що покликаний мінімізувати вплив до зовнішніх викликів, враховуючись зростаючі інформаційні потоки та процес глобалізації.

Якщо ми будемо спиратися тільки на ці принципи, що формують мету та завдання самого механізму регулювання процесу розвитку сфери послуг в нинішніх умовах. Метою регулювання виступає досягнення суттєвих змін у системі галузей, що займаються економічною діяльністю, та напряму пов'язані з процесом наданням послуг, вони, в свою чергу, забезпечуватимуть позитивні зрушення не тільки в її структурі, але і у складі для досягнення вищого рівня диверсифікованості, а також інтелектуальної ускладненості. Ми виділяємо ці напрями, адже вони є дуже важливими в розрізі реалізації основних параметрів теорій постіндустріального та інформаційного суспільства, а також індивідуального людського розвитку. Диверсифікація сфери послуг може дозволити легше та простіше налагодити зв'язок з різними секторами економіки, такими як АПК та промисловістю, де, як правило, застосовуються передові наукові розробки та кваліфікований людський капітал.

Водночас з появою нових видів послуг прискорюється економічний розвиток. У структурі послуг збільшується частка інтелектуально складних послуг, забезпечується простий перехід перехід економіки аж на п'ятий, а також на шостий технологічний уклад, переорієнтовуючи сировинні галузі на переробні з високим відсотком науковості. Що стосується соціальної

спрямованості сфери послуг, то саме вона лежить в основі розвитку людини та відповідатиме за якість людського капіталу. В той же час реалізація мети, що була нами зазначена вище, вимагатиме більш комплексного виконання завдань, що спрямовані:

- стимуляція та розвиток підприємницької діяльності, що в той же час сприяє росту зайнятості, а також ріст валової доданої вартості;

- диверсифікацію галузевої структури сфери послуг та підтримку тих видів економічної діяльності, які є стратегічно важливими для національної економіки;

- зростання рівня конкурентоспроможності вітчизняних виробників послуг на міжнародній арені за рахунок науково обґрунтованого підходу до вибору напрямів, що стосуються міжнародної співпраці.

У відповідності до цілей та завдань можемо підібрати необхідну сукупність можливих напрямів, методик та інструментів, що забезпечують державне регулювання цих процесів. Дуже добре розкрили їх такі вчені, як Є. Сахно та К. Лазовська [15]. Саме ці науковці змогли виокремити методи для кожної галузі, що можна максимально доцільно використати, проте не було проведено їх групування та класифікацію. Теоритично ми можемо виокремити такі підходи регулювання:

- за напрямом впливу бувають як прямі, так і опосередковані [16];

- за сутністю виділимо адміністративні, економічні, а також інформаційні [17].

Ознака за сутністю є максимально громіздкою, саме тому багато авторів до цих груп додають ще такі: законодавчо-правові, а також соціально-психологічні методи і морально-ідеологічні, включно з соціально-політичними та ін.

В той же час враховуємо, щоб багато підходів різних науковців, можна систематизувати в конкретні методи держаного регулювання та поєднати їх у групи: адміністративно-правові, включаючи економічні, а також інформаційні та соціальні. Акцентуємо увагу на тому, що окрім цих груп

можуть існувати і методи, що матимуть більш глобальний характер. Для того, щоб набути максимального рівня конкурентоздатності на міжнародних ринках, вітчизняні послуги повинні обов'язково пройти процедуру стандартизації у відповідності до вимог ЄС або окремо взятих країн, а також політичних утворень. Також міжнародні організації можуть надавати цільову фінансову допомогу, якщо говорити про міжнародні корпорації, то згадуємо про прямі та портфельні іноземні інвестиції, таким чином вони регулюють діяльність сервісних підприємств. В той же час, сучасні міжнародні публікації, а також інтернет-видання та інші інформаційні ресурси можуть здійснити регулятивний вплив майже на рівні з національними ЗМІ, сформувати в свою чергу культуру споживання місцевого населення та сприяти активному поширенню, а також закріпленню принципово нових потреб за рахунок нових послуг.

Завдячуючи цим методам суб'єкти регулювання можуть вільно здійснювати вплив та розвивати сферу послуг на таких рівнях економіки, як регіональний, національний, а також наднаціональний рівень.

Окремо суб'єкти не будуть відокремленими, натомість вони постійно взаємодіють між собою. Віднесемо сюди такі:

- беремо наднаціональний рівень: міжнародні організації (такі як, СОТ, МВФ, Рада Європи тощо), а також інтеграційні союзи (наприклад, ЄС, ЄАЕС, СНД), окремі країни (переважно ті, що мають кращий рівень економічного розвитку ніж Україна, наприклад США);

- національний рівень, сюди входять: державні органи влади (Верховна рада України, також Кабінет міністрів, відомчі комітети та ін.);

- регіональний та місцевий рівень: облдержадміністрації, мерії і т.д.

Сама сфера послуг у ролі об'єкта регулювання може перетворитися на відкриту систему, на її розвиток будуть впливати численні внутрішні – національні, а також зовнішні – глобалізаційні фактори та чинники. Отже, при проведенні певних регуляторних заходів завжди потрібно аналізувати їх вплив.

РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ СФЕРИ ПОСЛУГ

3.1 Аналіз та вирішення проблем розвитку сфери послуг в Україні

В нинішніх умовах дуже зростає роль сфери послуг, як брати до уваги світову економіку. Окрім цього серйозно буде зростати діапазон послуг, що пропонуються та зайнятість в цій сфері. Існує залежність між розвитком нових технологій та процесом зміни рівня життя. Зазаначимо також, що потреби сучасного споживача, як правило, стають та надалі будуть ставати більш вимогливими до якості послуг, що надаються та будуть надаватися. Тому кінцевий споживач буде напряму впливати на розвиток бізнесу в сфері послуг, таким чином нові засоби та методи будуть створювати принципово нові можливості для всіх, без виключення, учасників даного ринку. На данному етапі існує досить велика кількість досліджень, а також публікацій стосовно перспектив та цілей розвитку, беручи до уваги основні проблеми в сфері надання послуг. Велику увагу цьому присвятили такі науковці, як Верба В.А., Куценко В.І., Пащук О., Решетняк О., та багато інших. Результатами досліджень, аналізу актуальних даних, статистики дозволено провести пошук етапів розвитку сучасного ринку послуг. Головною метою цих досліджень прийнято вважати оцінку фінансово-економічного стану підприємств, можливість виявляти проблеми розвитку сфери послуг, базуючись на аналізу інформації, формувати висновки та рекомендації стосовно подальшого розвитку наукових досліджень. Перехід економіки України до ринкових методів ведення господарювання дає можливість сфері послуг стати тим єдиним сектором економіки, який в умовах глибокої кризи буде нарощувати обсяги виробництва. Ми можемо пояснити це тим, що велика кількість послуг, що раніше були надані споживачам на безоплатній основі або за символічну плату, в більшості вже стали платними. Окрім того, що було скорочення державного фінансування, процес трансформації економіки зумів привести до життя багато нових, не знаних ще, видів послуг.

Результатом цих дій було посилення конкуренції між підприємствами. Ринок послуг стає все більш привабливим для підприємців, адже певні види послуг фактично не мають на меті потребувати значного вкладення стартового капіталу та інвестування. Фактично це дозволить швидко відтворити вкладення, що принципово важливо в умовах інфляції. Натомість швидкий розвиток сервісних підприємств створить важливі умови та можливості для того, щоб використовувати працю висококваліфікованих працівників, що так чи інакше опинилися без роботи або знаходяться під загрозою безробіття. Для нинішньої структури ВВП України, віштовхуючись від галузей характерною буде швидко зростаюча частка в ній саме сфери послуг. Найпотужнішими та найбільшими секторами є торгівля та ремонт автомобілів, а також транспорт та зв'язок, ну і, звичайно ж, фінанси і кредит. Доволі швидко розвивається туристичний сектор, надання побутових послуг, послуг швидкого харчування, ремонтно-будівельні роботи та послуги, сфера розваг[18]. Якщо провести дослідження українського ринку послуг можемо сміливо стверджувати, що головною та принциповою передумовою даного етапу виступає збереження розвитку економіки України, можливість підвищити рівень життя населення. Безумовно і науково-технічний процес значно прискорить розвиток ринку послуг. ПІдкреслюємо, що створення, а також розвиток ринку послуг, ефективно налагоджений процес функціонування та досить динамічний розвиток буде забезбечено за рахунок державної підтримки суб'єктів бізнесу. На сучасному етапі, цивілізація активно розвивається, сильно відрізняючись від попередніх етапів життєвого циклу та їх уже будуть притаманні певні, так звані, «економічні стреси» [19]. На постійній основі «економічні стреси» можуть призводити до поступального пришвидшення економічного життя в майбутньому; суттєво загострити конкуренцію за інформаційно-інтелектуальні ресурси; прискорити зміни поколінь техніки та технологій, скоротити їх «життєві цикли»; підвищити продуктивність засобів виробництва, а також продуктивність праці в цілому; підвищення та ріст ролі індустрії здоров'я

[20]. Всі фактори, що ми зазначили, в перспективі сприятимуть максимально динамічному розвитку бізнесу, який в умовах сьогодення, в процесі господарювання залишиться тим єдиним сектором економіки, наростить обсяги виробництва, беручи до уваги ту кризу, в якій знаходиться Україна. В цілому сучасна українська економіка має притаманні їй соціальні ризики, присутня валютна нестабільність, виской рівень корупції, бюрократизм, незрозумілий характер власності, війна, а також інші політичні чинники, що сповільнюють темпи залучення інвестицій та інших ресурсів у розвиток сфери послуг України. Можемо додати, що розвиток сфери послуг напряму залежить на 70 % чи успішним та ефективним буде функціонування виробничої сфери та тільки на 30 % від доходів всіх домогосподарств. В такому разі, для того, щоб подолати економічну кризу у сфері послуг потрібно максимально швидко стабілізувати політичну ситуацію в країні, постаратися відновити робочі місця, а також налагодити роботу промисловості та сільського господарства. Окрім цього необхідно залучити додаткові інвестиції, в тому числі іноземні. Фактично залучення іноземного капіталу дозволить нам отримати необхідну кількість капіталу, а й отримати технічно-ефективні методи реалізації послуг, що буде сприяти підвищенню їх якості, дозволить підвищити конкурентноздатність українських виробників послуг, що допомже в свою чергу зміцнити позиції України і на світовому ринку послуг. Виконати поставлені нами завдання можливо тільки при глибокій структурній трансформації та зміні в економіці країни на інноваційну, залучивши та активізувавши із залучення всі сфери росту. Відштовхуючись від даних Держслужби статистики України, зазначимо, що частка компаній в сфері сервісу з березня 2020 року до аналогічного періоду в 2021 збільшилася аж в 13 разів. Найперспективнішими категоріями в Україні сьогодні є: клінінгові послуги (наприклад, комплексна і часткова прибирання житла, а також офісних приміщень) – 36,7 % від загальної кількості замовлень; логістичні, а також складські послуги (перевезення, зберігання) – 21,13 %; домашній майстер (будь-які сантехнічні та

електротехнічні роботи) – 14,98 %; будівельні роботи – 7,36 %; кур'єрські послуги (такі як доставка посилок, а також покупок, подарунків) – 3,79 %. Найбільша кількість споживачів даного ринку знаходяться в місті Київ – 63 % замовлень, що легко можна пояснити великою концентрацією споживачів. Далі йде Харків (7,1 %), за ним Дніпро (6,3 %), потім Одеса (4,8 %) та Львів (3,6 %) [6]. Підсумовуючи все це вищесказане, впевнено можемо констатувати, що розвиток ринку послуг може беззаперечно дати новий додатковий поштовх для загального розвитку вітчизняної економіки. Для досягнення цього потрібно обов'язково створити базу для того, щоб реалізувати механізм саморегулювання українського ринку послуг та підвищити конкурентоспроможність послуг також на міжнародних ринках. Зараз всі ці процеси будуть відбуватися в Україні дуже повільно, що напряму залежить від таких чинників, як: переважна більшість бізнес-процесів підприємств бажають знаходитися «у тіні»; також існує серйозна проблема дефіциту кваліфікованих фахівців; доволі низька платоспроможність населення, тут грає роль інфляція; вітчизняні споживачі поки ще не готові до високого рівня якості надання послуг і сервісу; сильно впливає політика на бізнес-процеси. Саме тому, необхідно звертати увагу на мінімізацію споживчих ризиків на даному ринку послуг, що напряму пов'язані з мінливістю послуг, а також відсутністю гарантій та складністю окремих конкретних операцій, що будуть стримувати та стимулювати споживача для того, щоб зробити вибір на користь тих чи інших послуг основного конкурента, що надає послуги .

3.2 Очікування та перспективи розвитку підприємств сфери послуг

У IV кварталі 2022р. індикатор ділової впевненості у сфері послуг підвищився порівняно з III кварталом 2022р. на 15,7 в.п. і становить мінус 23,8%.

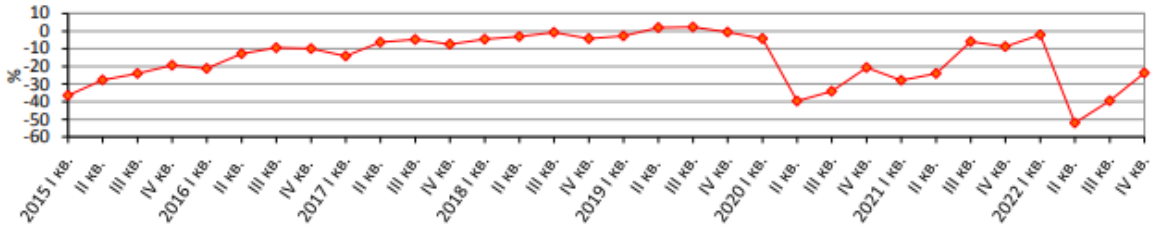

Рисунок 3.1 Індикатор ділової впевненості у сфері послуг

Усі ці складові для того, щоб розрахувати даний індикатор мають такі сезонно скориговані значення балансів: щодо бізнес-ситуації – 34%

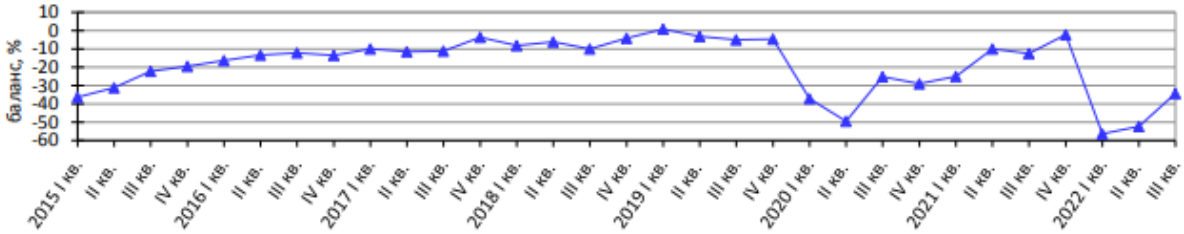

Рисунок 3.2 Оцінка змін бізнес-ситуації у сфері послуг за попередні три місяці, за сезонами

Оцінка попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) за липень–вересень 2022р. – мінус 18%, а очікування за цим показником у IV кварталі 2022р. становитимуть мінус 19%.

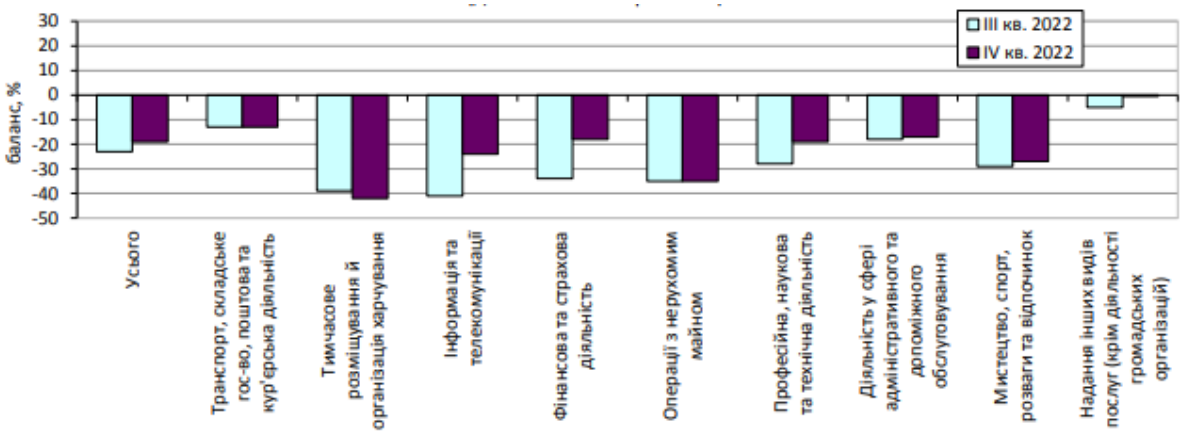

Рисунок 3.3 Очікувані зміни попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) підприємств сфери послуг

За результатами обстеження підприємств сфери послуг виявлено такі очікування щодо стану їх ділової активності на IV квартал 2022р. порівняно з попереднім кварталом. А саме уповільнення темпів зменшення кількості працівників на підприємствах сфери послуг.

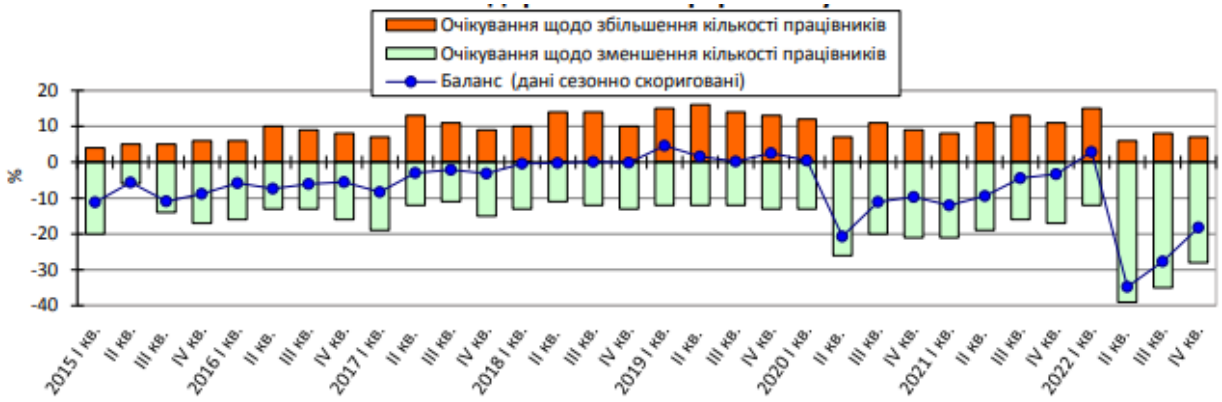

Рисунок 3.4 Очікувані зміни кількості працівників на підприємствах сфери послуг

Зростання цін на послуги підприємств сфери послуг.

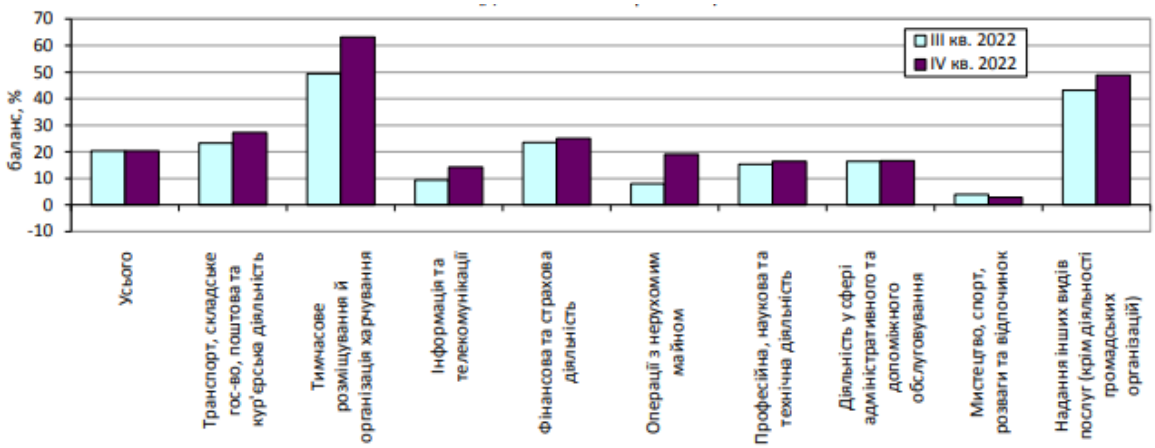

Рисунок 3.5 Очікувані зміни цін на послуги підприємств сфери послуг

Найбільш стримуючими роботу підприємств сфери послуг чинниками є інші фактори.

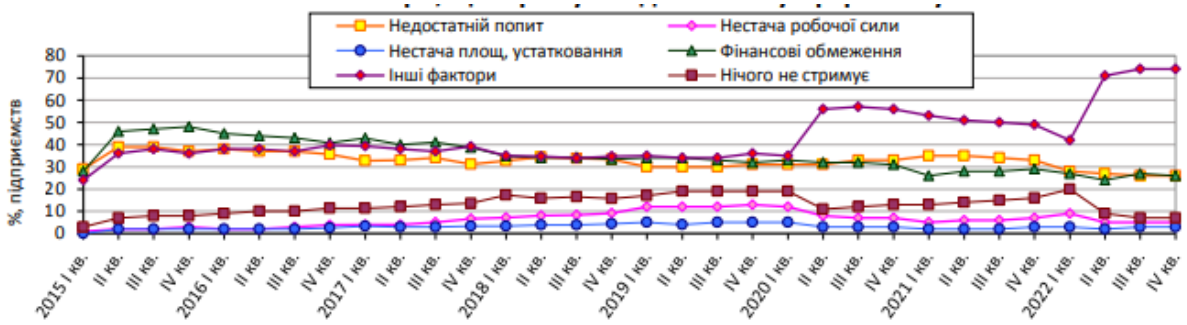

Рисунок 3.6 Фактори, що стримують діяльність у сфері послуг

Завантаженість потужностей підприємств сфери послуг у середньому становить 82%.

У IV кварталі 2022р. індикатор ділової впевненості у сфері фінансових послуг1 підвищився порівняно з III кварталом 2022р. на 28,3 в.п. і становитиме мінус 28,7%.

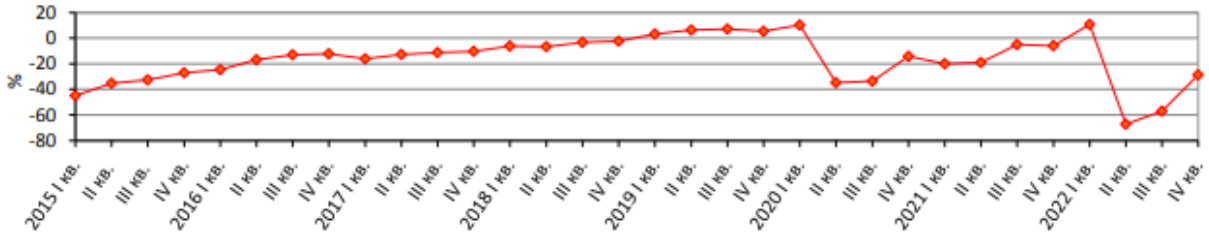

Рисунок 3.7 Індикатор ділової впевненості у сфері фінансових послуг

За складовими цього індикатора сезонно скориговані значення балансів такі: стосовно бізнес-ситуації за липень–вересень 2022р. мінус 43%;

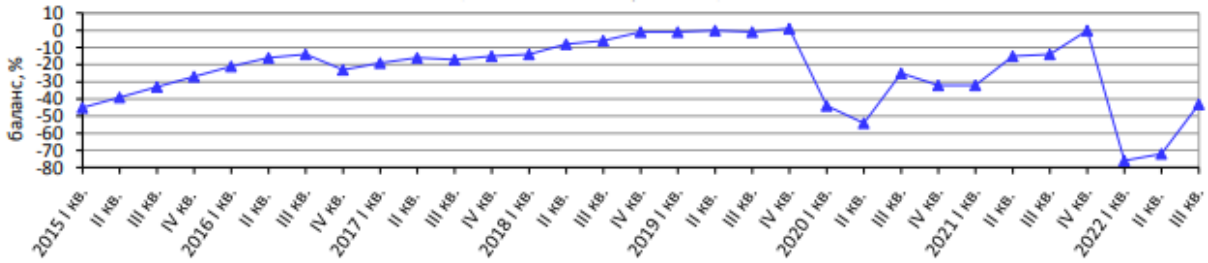

Рисунок 3.8 Оцінка змін бізнес-ситуації у сфері фінансових послуг за попередні три місяці

Оцінка попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) за липень–вересень 2022р. – мінус 25%, а очікування за цим показником у IV кварталі 2022р. становлять мінус 18%.

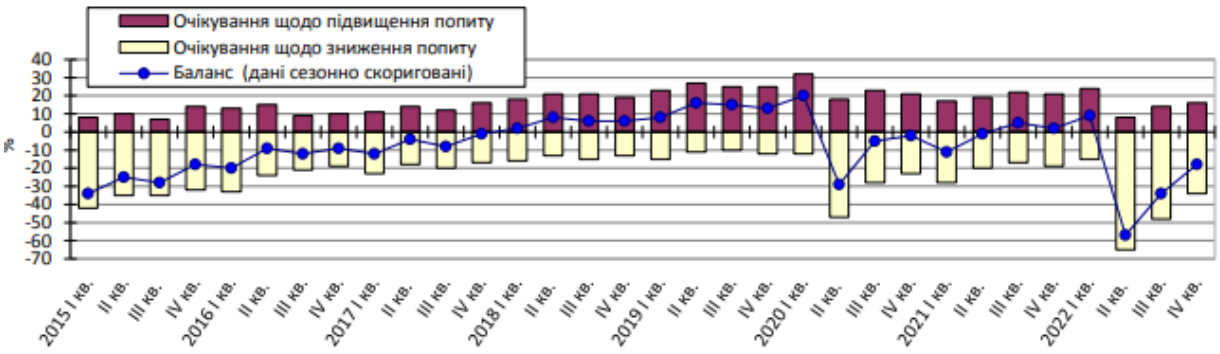

Рисунок 3.9 Очікувані зміни попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) підприємств сфери фінансових послуг

У сфері фінансових послуг у IV кварталі 2022р. порівняно з попереднім кварталом очікуємо:

1. зменшення кількості працівників на підприємствах сфери фінансових послуг;
2. зростання цін на фінансові послуги;
3. зниження рівня рентабельності підприємств сфери фінансових послуг.

ВИСНОВКИ

Розвиток сфери послуг в Україні ми пов’язуємо з розвитком всієї економіки в цілому, не забуваючи про промисловість та сільське госоподарство. В розвинених країніх відсоток сфери послуг у ВВП становить більш ніж 50%, говорячи про те, що на данному етапі розвитку людства, змінюються акценти, стає більш важливих розвиток інформаційних технологій, сфера обслуговування, банківські, фінансові операції. Поступово найбільші світові економіки відходять від директив, що потрібно не тільки виготовляти більше матеріальної продукції, але і ефективніше рухати її, доставляти, реалізовувати. В той же час, Україні повільно йде цим же шляхом, проте відверто не вистачає інвестицій, бажано іноземного капіталу. Тут ми з’ясовуємо, що конче необхідно вирішити проблеми внутрішніх політичних аспектів, налагодити юридичну системи, грамотно вибудувати систему капіталовкладень, зробити економіку доступною та захищеною для іноземних інвесторів.

В першому розділі ми провели з’ясували та розібралися в теоретичних засадах понять сфери послуг, проаналізували історичний шлях становлення сфери послуг в Україні, визначили основні тенденції його розвитку, а також різні підхід до його визначення та розібралися з роллю сфери послуг в економіці.

В другому розділі нами були розглянуті основні методи дослідження економіки сфери послуг, описані їх основні складові, розібралися з класифікацією методів та параметрів, що дуже допоможе нам в практичній частині.

Третій розділ було присвячено практичній оцінці проблематики тенденцій розвитку сфери послуг в Україні. Провели аналіз очікувань, та дізналися, що нас чекає зменшення кількості працюючих у сфері фінансових послуг, зростання цін на ринку фінансових послуг, зниження рівня рентабельності підприємств фінансової сфери надання послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ Ф. Котлер. – М., 2010 г.. – 320 с.

2. Козик В. В. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини : практикум / В. В. Козик, Л. А. Панкова, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак. — К. : Вікар, 2006. — 589 с.

3. Філіпенко А. Основні проблеми економіки розвитку : пер. з англ. / А. Філіпенко, В. Геєць, І. Крючкова, Е. Ліанова, В. Опарін, В. Федорова. — К. : Либідь, 2003. — 684 с.

4. Пащук О. Маркетинг послуг: стратегічний підхід : [навч. посібник] / О. Пащук. – К. : ВД «Професіонал», 2005. – 560 с. 5. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг : [підручник] / О. Решетняк. – Х. : Фактор, 2008. – 544 с

5. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг : [підручник] / О. Решетняк. – Х. : Фактор, 2008. – 544 с

6. Офіційний сайт Державного служби статистики України – [Електроний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

7. OECD Employment Outlook. — Paris: OECD, 2000. — 68 p.

8. Софина Т.Н. Сфера услуг: трансформации в рыночной экономике / Т.Н. Софина. — СПб., 1999. — 229 с.

9. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль / В. Усманов (гл.ред.) — СПб. : Питер, 1998. — 887 с.

10. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. — М; Издательский дом «Вильямс», 2005. — 1008 с.

11. Софина Т.Н. Рынок услуг (Методологические основы формирования и функционирования) : Дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.01 / Тамара Николаевна Софина. — СПб., 1999. — 304 с.

12. Кликич Л.М. Эволюция сферы услуг: особенности, закономерности, формы государственного регулирования : Дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.01 / Лилия Миннигалимовна Кликич. — Уфа, 2005. — 313 с.

13. Нусратуллин В.К. Неравновесная экономика. — Уфа: Восточный университет, 2004. — 328 с.

14. Сахно Є. Ю. Державне регулювання сфери послуг / Є. Ю. Сахно, К. В. Лазовська // Науковий вісник ЧДІЕУ – 2012. – №1 (13). – С. 20 – 25

15. Державне управління : навч. посібник / [А. Ф. Мельник, О. Ю. Оболенський,. А. Ю. Васіна, Л. Ю. Гордієнко] ; ра ред. А. Ф. Мельник. – К.: Знання-Прес, 2003. – 343 с.

16. Мордвінов О. Г. Деякі підходи до оцінювання ефективності державного управління / О. Г. Мордвінов, В. О. Желябін // Журнал Держава та регіони : наук.-вироб. журн. Серія: Державне управління. – Запоріжжя : Класич. приватний ун-т, 2009. – № 3. – С. 49 – 54.

17. О.Б. Моргулець. менеджмент у сфері послуг [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ О.Б. Моргулець – К. : Центр учб. л–ри, 2012.

18. Галиця І.О. Концептуальні основи та механізми забезпечення конкурентоспроможності в умовах «економіки стресу» / І.О. Галиця // Вісник НАН України. – 2007. № 11. С. 32–37.

19. Тімар І.В. Особливості формування іміджу вітчизняних підприємств сфери послуг / І.В. Тімар // Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка і менеджмент – 2015: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку» (23–24 квітня 2015 року) Т. 9. – Дніпропетровськ: Вид. Біла К.О. – 2015. – С. 20–23.

20. Гриценко П., Коваленко Є., Вороненко В., Смакоуз А., Степаненко Є. Аналіз дефініції «зміни» як економічної категорії. Механізм регулювання економіки, (1 (91), 92-98. URL: https://doi.org/10.21272/mer.2021.91.07

21. Динаміка цифрової трансформації соціально-економічних та екологічних систем / В. І. Вороненко та ін. //Агросвіт. 2022. № 15-16. С. 15-22. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89229

22. Дяченко А. В., Карінцева О. І., Тарасенко С. В., Харченко М. О., Мазін Ю. О., Кисельова К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019-2020 рр. в Україні // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 19-37. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86419

23. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315

24. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80106

25. Экономика развития: учебное пособие / под ред. д.-ра экон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. экон. наук А. Вик. Кубатко. Сумы : «Университетская книга», 2017. 352 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80184

26. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного підприємства. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2021. № 3. С. 127−136. DOI: 10.21272/1817-9215.2021.3-14 https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86223

27. Карінцева О.І., Дегтярьова І. Б., Харченко М.О., Долгошеєва О. І., Кіріл'єва А. В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 3' 2020. С. 199-211. DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-22 https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/22.pdf

28. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754

29. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28. DOI: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236

30. Мельник, Л., Карінцева, О., Кубатко, О., Дерев'янко, Ю., Маценко, О. (2022). Реструктуризація соціально-економічних систем як складова формування цифрової економіки в Україні у період кризи. Механізм регулювання економіки, (1-2(95-96), 7-13.

31. Мельник Л. Г., Карінцева О. І. (2021) Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721

32. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621

33. Мельник Л. (2021) Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ «Видавництво "Університетська книга"», 2021. 432 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235

34. Сотник І.М. (2016) Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енергоефективних змін національної економіки : монографія / за заг. ред. доктора екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : Університетська книга, 2016. – 368 https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80197

35. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114

36. Управління змінами : конспект лекцій / укладачі: П. В. Гриценко, Є. В. Коваленко. – Суми : Сумський державний університет, 2020. – 76 с. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/339162013.pdf

37. Фундаментальні основи фазового переходу до адитивної економіки: від проривних технологій до інституційної соціологізації рішень. Розробка концепції фазового переходу до адитивної економіки : звіт про НДР (проміжний) / кер. Л. Г. Мельник. Суми : СумДУ, 2021. 78 с. № 0121U109557. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89091

38. Disruptive technologies for green economy formation in conditions of the fourth industrial revolution: the EU experience / I. Dehtyarova etc. // Socio-economic and management concepts: collective monograph / Krupelnytska I., – etc. – International Science Group. – Boston : Primedia eLaunch, 2021. P. 388-392. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86986

39. Karintseva O., Kharchenko M., Boon E.K., ...Melnyk V., Kobzar O.(2021). Environmental determinants of energy-efficient transformation of national economies for sustainable development.. J. International Journal of Global Energy Issues, 2021, 43(2-3), P. 262–274 https://doi.org/10.1504/IJGEI.2021.115148

40. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment of the Studying Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07
https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81759

41. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. Mechanism of economic regulation. – 2019. – №3. – С. 73–82. http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448

42. Melnyk L. H., Derykolenko O. M., Mazin Yu. O., Matsenko O. I., Piven V. S. Modern Trends in the Development of Renewable Energy: the Experience of the EU and Leading Countries of the World // Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 117-133. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81810

43. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Karintseva, O., Kubatko, O. Information factors in economic systems and business during transition to digital economy/Selected Aspects of Digital Society Development. Monograph 45. Edited by Tetyana Nestorenko and Aleksander Ostenda, Publishing House of University of Technology, Katowice, 2021. P. 173-178 https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87135

44. Melnyk, L., Matsenko, O., Dehtyarova, I. & Derykolenko, O. (2019). The formation of the digital society: social and humanitarian aspects. *Digital economy and digital society*. T. Nestorenko& M. Wierzbik-Strońska (Ed.). Katowice: Katowice School of Technology. [in Ukrainian].URL: http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74570

45. Melnyk L.G., Kubatko O. (2017) The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption. International economic relations and sustainable development : monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova. – RudaŚląska :Drukarnia i Studio GraficzneOmnidiumю 272 p. ISBN 978-83-61429-11-1

46. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Kubatko, O., Karintseva, O., & Derykolenko, A. (2019). Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. Economic Annals-XXI, 179(9-10), 22-30. doi: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85476

47. Melnyk L., Sommer H., Kubatko O., Rabe M., Fedyna S. (2020). The economic and social drivers of renewable energy development in OECD countries. Problems and Perspectives in Management,18(4), 37-48. doi:10.21511/ppm.18(4).2020.04
https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82719

48. Melnyk, L., Karintseva, O., Kubatko, O., Derev'yanko, Y., & Matsenko, O. (2022). Restructuring of socio-economic systems as a component of the formation of the digital economy in ukraine. Mechanism of an Economic Regulation, (1-2(95-96), 7-13. URL: https://doi.org/10.32782/mer.2022.95-96.01 https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89627

49. Tu, Y.-X., Kubatko, O., Karintseva, O., Piven, V. Decarbonisation drivers and climate change concerns of developed economies. International Journal of Environment and Pollution, 2022, 69(1-2), pp. 112–129

50. The effects of the management of natural energy resources in the European Union / V. Voronenko, B. Kovalov, D. Horobchenko, P. Hrycenko // Journal of Environmental Management and Tourism. – Craiova: ASERS Publishing, 2017. – Vol. 8, Issue Number 7(23), P. 1410-1419. Available at: https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1777

51. Veklych O., Karintseva O., Yevdokymov A., Guillamon-Saorin E.(2020). Compensation mechanism for damage from ecosystem services deterioration: Constitutive characteristic. J. International Journal of Global Environmental Issues, 19(1-3), P. 129–142 https://doi.org/10.1504/IJGENVI.2020.114869