

**Н.К.ЮЩЕНКО, к.е.н., доцент,**  
*Донецький національний технічний університет*

## **РОЛЬ СФЕРИ ПОСЛУГ У СВІТОВІЙ І НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІКАХ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Підвищення рівня життя, зміни психології і структури споживання людства призвели до стрімкого розвитку сфери послуг у світовій економіці, особливо у другій половині двадцятого століття. Процеси інтеграції та глобалізації сучасного світового господарства роблять цю тенденцію характерною для більшості країн світу. Практика свідчить, що сфера послуг є однією з найважливіших і швидкозростаючих складових сучасної світової економіки. Так, у розвинених країнах світу частка сфери послуг в структурі ВВП перевищує 70%, в ній зайнято понад 60% робочої сили (у США – до 75%) [1, с. 155].

В умовах економічної глобалізації сфера послуг стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, зростання добробуту населення. Тому дослідження тенденцій розвитку сфери послуг, її постійної диверсифікації, механізмів функціонування та регулювання в умовах глобалізації має не лише теоретичне, але й практичне значення.

Особливо актуальне дослідження цих проблем для України, оскільки сфера послуг в країні ще не набула адекватного розвитку – її частка в структурі зайнятості та ВВП залишається доволі низькою.

Проблеми формування й розвитку ринку послуг у світовій економіці найшли відображення в працях закордонних і вітчизняних економістів Дж.Белла, Дж.Гелбрейта, К.Кларка, Ф.Котлера, В.Л.Іноземцева, А.П.Кіреєва, А. Чухно та ін [5; 6; 7; 8; 9]. Необхідність та напрямки регулювання сфери послуг досліджені рядом вчених, зокрема такими, як К.Хаксевер, Б.Рендер, Л.М.Кликич [3; 10]. Специфіка становлення сектору послуг в умовах сучасних трансформаційних процесів аналізується в працях дослідників-економістів: А.Філіпенко, Є.В.Данилової, Г.В.Максименко, О.В.Гаврилюка, О.Зернецької, І.І.Лівенцової, А.Мельник [12; 13; 14; 16].

Проте відсутність суттєвих змін у структурі української економіки, сучасна економічна криза, що вимушує розглядати сферу послуг як потужний чинник підвищення зайнятості, стимулювання економічного зростання, актуалізує необхідність продовження теоретичних пошуків у даному напрямку. В даній статті аналізуються особливості й тенденції розвитку світового ринку послуг в умовах економічної глобалізації, досліджуються проблеми і перспективи розвитку ринку послуг в Україні.

Визначення послуги як різновиду товару характеризується численними спробами вчених виявити економічну природу цього особливого виду блага. Уже в класичних теоріях був закладений

фундамент для подальшого розвитку понятійного апарату теорії послуг. А.Сміт в концепції продуктивної й непродуктивної праці відділяє послуги від матеріальних благ, базуючись на питанні, чи створює даний вид праці відчутний матеріальний об'єкт, чи ні.

У марксистській концепції відтворення суспільного продукту сутність послуги визначалася як трудова доцільна діяльність, результати якої виражаються в корисному ефекті, що задовольняє будь-які потреби людини [2, с.247]. Причому результат одних видів послуг втілюється в товари, інших - невловимий і не має товарної форми.

Розвиток неокласичної теорії А. Маршаллом дозволив зблизити досягнення класичної теорії трудової вартості й теорії граничної корисності тим, що послуга як одна з форм блага має корисність. Подальше уточнення категорія «послуга» одержала в теоріях невиробничої сфери, суспільних благ, неринкового або неприбуткового сектора. Дискутувалися дві точки зору з сутності послуги: як корисного результату праці, призначеного для особистого споживання, і як специфічних відносин, невиробничого обміну праці на доход [3, с. 16].

Автори відомого підручника К.Р. Макконнелл і С.Л. Брю визначають послугу як те, «що невловимо (невидимо) і в обмін на що споживач, підприємство або уряд готові представити що-небудь коштовне» [4]. Ф. Котлер вважає, що послуга - це будь-який захід або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невловимі й не приводять до заволодіння чим-небудь. Виробництво послуг може бути, а може й не бути пов'язане з товаром у його матеріальному вигляді [5, с.638]. Надходячи на ринок, продукція стає товаром, а послуга здобуває властивості товару (прирівнюється до товару), якщо вона реалізується за економічно значимими цінами, тобто які перевищують витрати на виробництво послуги.

Приймаючи до уваги класичні погляди на послугу та її сучасне трактування, вважається за логічне розглядати послугу як вид діяльності, результатом якої є особливий продукт, призначений для продажу, що, як правило, не має матеріально-речовинної форми або матеріалізується в зміненому стані чи якості об'єкта й задовольняє потреби особистості, колективу, суспільства взагалі. Послуги є результатом різномірної діяльності, яка здійснюється виробниками за замовленнями споживачів. Обов'язковою умовою надання послуги є її адресність, наявність замовника.

Згідно з неокласичною теорією відтворення суспільного продукту, частина валового внутрішнього продукту створюється у сфері послуг. Останню слід розглядати як сукупність галузей народного господарства, продукт яких виступає у вигляді певної доцільної діяльності - послуг.

Прогрес людства, починаючи з аграрного суспільства, змінює рівень значимості послуг в суспільстві. Дія закону зростання потреб відбивається

не тільки в зміні кількості потреб і можливостях їх задоволення, але й у розвитку їх структури, постійному зростанні частки послуг у потребах і споживанні. Кількісні перетворення у споживанні згодом переходять до якісно вищого рівня згідно з законом діалектики - законом переходу кількісних змін в якісні. На цьому рівні з'являється потреба у розширенні виробництва послуг, яка задовольняється зростанням кількості зайнятих в цій сфері шляхом переливу робочої сили з інших секторів економіки.

До початку двадцятого століття домінуючими залишалися матеріальні потреби. В першій половині ХХ ст. на передній план висуваються соціальні потреби в освіті, охороні здоров'я, культурі, захисті навколишнього середовища. В другій половині - відбувається зрушення у бік найвищих потреб (відповідно до ієрархії А. Маслоу) - росту духовності, творчого розвитку, людського спілкування, самовираження й самозбагачення особистості. Для більшості людей у розвинених країнах сьогодні потреби першого-третього рівнів практично досягли високого ступеня задоволення й грають відносно незначну роль. На перший план висуваються потреби нового типу, що формуються на основі прагнення особистості до саморозвитку й самовираження в процесі професійної діяльності.

Звільнившись від необхідності постійного пошуку коштів для задоволення нагальних потреб, людина одержує можливість прилучення до всього різноманіття цінностей, накопичених цивілізацією. Сьогодні частіше використовується поняття "постекономічної (post-economic) системи цінностей", запропоноване О. Тоффлером [6, с.100]. Саме він вперше розглянув сучасні нематеріальні мотиви діяльності індивіда не як неекономічну складову його активності, а як елемент подолання колишньої економічної системи мотивації, як прояв не неекономічних, а постеконімічних потреб.

У рамках постіндустріальної теорії розгорнутий аналіз зміни структури суспільного виробництва розпочато в післявоєнний період. Його методологічною базою служить запропонована в 40-х роках К.Кларком трисекторна модель, відповідно до якої народне господарство підрозділяється на три сфери, до першої з яких відносяться добувні галузі й сільське господарство, до другої - галузі обробної промисловості й будівництво, а до третьої - продуктивні й особисті послуги [7, с.124].

У довоєнний період економіка розвинених країн характеризувалася відносно рівномірним розподілом зайнятих у цих трьох секторах, однак уже в перше післявоєнне десятиліття стало спостерігатися різке зростання зайнятості в сфері виробництва послуг і інформації. Це відбувалося як за рахунок того, що в усіх без винятку галузях збільшилося число "білих комірців" - кваліфікованих працівників, безпосередньо не пов'язаних з фізичною працею, так і в

результаті розширення власно сфери послуг, чисельність працівників якої в ці роки перевищила 50 відсотків загальної чисельності зайнятих у народному господарстві [7, с.125]. Саме це стало причиною того, що постіндустріальне суспільство ототожнювалося із суспільством послуг, а згодом - із суспільством знань.

Зрозуміло, сама сфера послуг не є однорідною. Якщо в доіндустріальному суспільстві переважали домашні або особисті послуги, то в індустріальному акцент змістився у бік послуг, що грали допоміжну роль стосовно виробництва, а також фінансових послуг. У постіндустріальному суспільстві, що зберігає усі раніше існуючі види послуг, з'являються якісно нові їхні типи, такі, що швидко починають домінувати в структурі професійної діяльності [8].

Виходячи із цього, прихильники теорії постіндустріалізму доповнили висунуту в 40-і роки К. Кларком трисекторну модель суспільного виробництва ще двома секторами: четвертинним (quaternary), що включає в себе торгівлю, фінансові послуги, страхування й операції з нерухомістю, і п'ятеричним (quinary), до якого віднесені охорона здоров'я, освіта, наукові дослідження, індустрія відпочинку й сфера державного управління [9].

Однією із основних тенденцій сучасного світогосподарського розвитку є випереджуюче зростання міжнародного ринку послуг порівняно зі світовим ринком товарів і збільшення його частки в структурі світової економіки.

Дослідження міжнародного ринку послуг пов'язане з певними методологічними труднощами. Це зумовлене тим, що до середини 70-х рр. ХХ ст. послуги фактично випадали з теорії міжнародної торгівлі, вони вважалися нездатними до міжнародного обміну у зв'язку з трьома їх ключовими властивостями: нездатністю до зберігання, одночасністю виробництва й надання послуги та невловимістю результату.

Одним із перших, хто визнав важливість торгівлі послугами у світовій економіці, був Х'ю Корбет, засновник Дослідницького центру із торгової політики у Лондоні. Вивчаючи нетарифні бар'єри у торгівлі товарами та можливості переговорів щодо них в рамках ГАТТ, він дійшов висновку, що аналогічні дослідження можуть стати основою переговорів щодо торгівлі послугами. Першим опублікованим документом, у якому надання послуг трактувалося як "торгівля послугами" (trade in services), можна вважати «Звіт щодо довгострокових проблем торгівлі у світовій економіці» із коротким розділом про торгівлю послугами, підготовлений Вищою групою з торгівлі та суміжних проблем ОЕСР. У звіті вказується, що «хоча багато видів діяльності у сфері послуг ще не піднялись до міжнародного рівня, існують сервісні галузі, у яких міжнародні операції різко зросли фактично у тій же пропорції, що й торгівля товарами, або навіть більшою мірою» [11].

До основних чинників стрімкого розвитку сектора послуг у світовій економіці можна віднести зміну структури споживання, збільшення чисельності зайнятих в цьому секторі, підвищення рівня життя населення і науково-технічний прогрес. Революційні технологічні зміни в засобах зв'язку і на транспорті збільшили частку сфери послуг у міжнародній торгівлі, різке зниження транспортних витрат підвищило ступінь мобільності виробників і споживачів послуг, розширивши таким чином межі міжнародного ринку послуг [10, с.24].

Прискоренню розвитку міжнародного ринку послуг в останні півтора-два десятиліття значно сприяла політика лібералізації зовнішньоекономічних відносин, реалізована як у багатьох країнах, так і в рамках міжнародних економічних об'єднань і організацій, насамперед СОТ, ОЕСР, ЄС. У системі цих заходів досить рельєфно виражене посилення акцентів на ринки послуг, особливо після вступу в дію в 1995р. Генеральної угоди з торгівлі послугами (ГАТС). Взаємодія відзначених вище факторів у сполученні з перетвореннями в самій сфері послуг обумовили швидку експансію трансграничної торгівлі послугами [12, с. 45–56].

Основні тенденції розвитку міжнародного ринку послуг передусім пов'язані з різною динамікою зростання окремих сегментів національних відтворювальних комплексів і підгалузей. Вони, зокрема, зумовлюються подальшим збільшенням обсягів інформаційного бізнесу, поширенням Інтернет - технологій, створенням нових можливостей розвитку комп'ютерних, телекомунікаційних послуг, зростанням міжнародного консультативного бізнесу (наукові рекомендації, господарські рішення тощо). Різноманітними стають послуги у фінансово-кредитній сфері, що відбувається у зв'язку з поширенням нових форм кооперування виробництва, диверсифікацією попиту, урізноманітненням вимог до платежів і розрахунків (наприклад, за допомогою пластикових карток), страхувальних, кредитних, бухгалтерських та інших операцій [13, с. 68-70].

Найбільш динамічно сьогодні розвивається міжнародна торгівля управлінськими, правовими, бухгалтерськими, аудиторськими, інформаційними, кадровими, банківськими, страховими, дослідницькими, рекламними, посередницькими, сервісними та маркетинговими послугами. Водночас знизилася питома вага транспортних послуг, які раніше переважали, що пов'язано як з раціоналізацією перевезень і розміщенням виробництва в країнах споживання, так і з появою нових видів послуг на світовому ринку [13, с. 71–79].

Однак на сучасному етапі світовий ринок послуг як галузевий товарний ринок поки що не становить органічної системи, а лише розвивається в напрямку цілісності, перебуває у фазі становлення. Це підтверджують такі процеси та явища, як незбалансованість протягом тривалого часу попиту і пропозиції у багатьох галузях послуг, значні

відмінності в тарифах на однакові види послуг, відсутність глобальної системи регулювання торгівлі послугами, а також єдиної класифікації послуг, яка існує в товарній торгівлі.

Для формування ефективної стратегії забезпечення національної конкурентоспроможності України становлення й розвиток сфери послуг набуває пріоритетного значення. Розвиток традиційних провідних галузей промисловості загальмовано у зв'язку зі світовою економічною кризою і погіршенням ситуації на зовнішніх ринках збуту для українських виробників, довготривалими заходами з технічного переоснащення виробництва, нестабільною політичною ситуацією в країні. У цей час саме на сектор послуг покладається завдання забезпечення подальшого зростання ВВП.

Розвиток сфери послуг в Україні має стійку тенденцію до зростання не тільки в абсолютному вимірі, а й у відносних показниках. Зростання простежується в розширенні позицій і якісному вдосконалюванні послуг, функції яких полягають у розвитку людських ресурсів і створенні, дифузії й господарському освоєнні наукового знання. У структурі доданої вартості ВВП на послуги припадає близько 50%. Це може означати, що половину прибутку, виробленого українською економікою, приносить саме ця сфера через високу рентабельність. Можна виділити досить сталі риси її розвитку.

По-перше, помітна тенденція пошвидшеного розвитку наукомістких галузей сервісу, що є показником переходу до постіндустріального суспільства. Багато галузей почали спиратися на технологічно складний і інноваційний виробничий апарат і пропонувати широку розмаїтість високоякісних продуктів. Поняття "послуги" у масовому сприйнятті стало ототожнюватися з комплексом високотехнологічних і інтелектуальних ділових і фінансових послуг, а також з галузями науки, освіти й охорони здоров'я. Хвиля відновлення захопила й традиційні галузі - торгівлю, транспорт, побутові послуги, рекреаційні галузі й т.п. [13, с. 70].

По-друге, зберігається проблема недиверсифікованості галузей ринку послуг України. Поки що участь України в торгівлі послугами значною мірою зводиться до надання в послугу своєї території для транзиту російських енергоносіїв, тобто основну частку в ній становлять транспортні послуги - більше двох третин. Водночас рівень експорту ділових, туристичних послуг, а тим більше інформаційних і пов'язаних з докладанням висококваліфікованих виробничих зусиль, не відповідає потенціалу України.

Основні напрями сфери послуг, зростання яких очікується у найближчі роки в Україні, — роздрібний банкінг, ритейл і медицина, тобто послуги, які споживає стабільний середній клас. Так, торгівля вже кілька років щороку зростає в середньому на 20% і дає чверть доданої вартості всіх послуг. Також можливий значний розвиток туризму — як українських

курортів, так і туроператорів, які обслуговують поїздки українців за кордон [15].

По-третє, наявна тенденція до зростання капіталовкладень до сервісного сектору України. Привабливість даної сфери для інвесторів (вітчизняних і закордонних) пов'язана з порівняно низькою капіталомісткістю і невисокою середньою вартістю інвестиційних проектів із швидкими термінами окупності і дещо меншим ступенем інвестиційного ризику. Також в даній сфері найбільш динамічно йшов процес приватизації, і тут же проявили себе властиві ринковій системі риси: свобода вибору, активність і інноваційність поведінки суб'єктів господарювання, ініціатива в процесі прийняття рішень і пошуку джерела інвестування [14, с.70].

Стимулюючим короткостроковим фактором можна також розглядати проведення фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу на території України. З приводу цього був прийнятий Закон, який визначає систему основних заходів, спрямованих на створення необхідних умов для організації та проведення фінальної частини чемпіонату Євро-12, з урахуванням значення цієї події для економіки та міжнародного іміджу держави.

Основні конкурентні переваги України в сфері послуг — дешева робоча сила і вигідне географічне розташування країни. Це дає кілька можливих напрямків розвитку сектору. Дешевизна робочих рук в Україні є стимулюючим фактором для розвитку транспортного сектору, технічного обслуговування, торгівлі. Географічна перевага України криється в транспортній мережі: залізниці, автомагістралях, морських і річкових портах, авіаперевезеннях.

Стримуючим фактором розвитку галузі, а отже й економіки взагалі, є нечисленність середнього класу — найактивнішого споживача. Потужний середній клас є індикатором рівня соціально-економічного розвитку держави, створює стійку групу споживачів, які стимулюють розвиток сфери послуг, виробництва та національного ринку продовольчих і непродовольчих товарів. В Україні процес формування середнього класу є помітним, але дуже повільним і далеким від завершення [15].

Перспективи розвитку українського ринку послуг та включення його у світовий ринок послуг пов'язані з інтеграцією країни у міжнародні торговельні і фінансові організації, перш за все, з набуттям членства у СОТ.

Подальший розвиток сфери послуг в країні є неможливим без формування ефективної державної політики й ретельно обґрунтованої стратегії розвитку сервісних галузей, що передбачає визначення певних рівнів регулювання. На кожному з них повинна ставитися окрема мета та визначатися певний об'єкт управління. Як доцільні можна розглядати такі рівні: - задоволення потреб споживачів (вирішення проблем попиту); -

задоволення потреб виробництва (підтримка пропозиції); - рівень міжнародного ринку послуг (необхідність поглиблення світогосподарських зв'язків).

На першому рівні управління внутрішня політика повинна вирішувати питання ступеня задоволення потреб споживачів, що передбачає підвищення рівня добробуту населення та стимулювання формування середнього класу – найактивнішого споживача послуг. Прикладом для нашої країни може стати досвід більшості розвинутих країн світу, де в першій половині 60-х рр. ХХ ст. основним чинником росту сфери послуг стало підвищення добробуту населення. Задовольнивши базові потреби в матеріальних товарах, люди отримали можливість все більше коштів витратити на послуги. Завдання держави полягає у поєднанні виваженої політики доходів зі створенням можливостей рівного для всіх доступу до кредитів, освіти, інформації, зайнятості, охорони здоров'я.

Поряд із задачею формування середнього класу в країні доцільно вирішувати питання розвитку сучасних видів послуг. Адже зі зростанням добробуту населення, стрімкий розвиток сектора послуг в економіці пояснюється змінами споживчої психології жителів країни.

Модифікація системи потреб українського населення на ринку послуг буде стимулювати розвиток нових галузей послуг, які також потребують державної підтримки. Особливо пріоритетними в розробці стратегії сталого розвитку сектору послуг мають стати інформаційні галузі, науково-дослідницькі, освітні, розвиток яких відповідає сучасним світовим тенденціям, підвищить конкурентоспроможність українського ринку послуг на міжнародному рівні та полегшить перехід українського суспільства від індустріального до постіндустріального типу.

Конкурентоспроможна сфера послуг на внутрішньому ринку може й не бути такою за його межами. Останнє підтверджується існуванням бар'єрів для входження на закордонні ринки, а також проблемами виживання на них. З цією метою теоретики розділяють основні аспекти регулювання сфери послуг залежно від специфіки їхніх окремих груп. До таких відносяться послуги, пов'язані з перетинанням кордонів, ряд видів послуг, що вимагають переміщення їхнього споживача в країну постачальника або, навпаки, комерційної присутності постачальника на території іншої країни, а також послуги, що припускають тимчасове переміщення фізичного особи-постачальника за кордон.

Детальне вивчення регулювання окремих видів послуг сприяє не тільки просуванню вітчизняних виробників на світовий ринок, а також сприяє розробці діючої системи захисту національного ринку від проникнення іноземних компаній на нього. Однак в українській практиці спостерігається неефективна політика захисту вітчизняних виробників, що



приводить до зниження їхньої конкурентоспроможності й, таким чином, не сприяє розвитку й затвердженню країни на міжнародних ринках.

Необхідною умовою розвитку наукового потенціалу сектору послуг України є державна підтримка та фінансування. Але недостатній рівень державного фінансування науково-дослідницької діяльності призводить до поступового його втрачання. Особливо це стосується сфери освіти, охорони здоров'я, для яких дуже важливими є дослідження в галузі природних, суспільних та гуманітарних наук, тому що державні видатки на цю галузь сприяють введенню інновацій, підвищенню якості нематеріальних ресурсів, виробництву, системі суспільних відносин [16].

Таким чином, сферу послуг слід розглядати як найбільш динамічну складову сучасної національної економіки, яка, безсумнівно, потребує уваги, підтримки, довгострокової стратегії розвитку з боку держави, що особливо актуально в умовах сучасної економічної кризи.

## Література

1. Козик В. В., Панкова Л. А., Даниленко Н. Б. Міжнародні економічні відносини: Навч. посібник. – 4-е вид. – К.: Знання-Прес, 2003.
2. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 26. Ч. 1.
3. Кликич Л. М. Эволюция сферы услуг: особенности, закономерности, формы государственного регулирования : Дис. д-ра экон. наук : 08.00.01 : Уфа, 2005 313 с.
4. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. с 14-го англ. изд.-М.: ИНФРА-М, 2003. - XXXVI, 972 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 1990.
6. Toffler A. The Adaptive Corporation. Aldershot, 1985
7. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: учеб. пособие для студентов вузов. - М.: Логос, 2000.
8. Bell L The World and the United States in 2030. N.Y.. 1987. P. X.
9. Clurk C. The Conditions of Economic Progress. L.. 1957.
10. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг: Пер. с англ. под ред. В. В. Кулибановой. – СПб.: Питер, 2002. – 752 с.
11. Седов К. Б. Международная коммерческая деятельность в сфере услуг и интересы России. – М.: Экономика, 2006. – 270 с.
12. Філіпенко А. Тенденції розвитку світового ринку послуг у сучасних умовах // Вісник ТАНГ. – 2005. –№5–1. – С.45–56.
13. Максименко Г.В. /у співавт./ Сучасна сфера послуг як чинник інноваційного розвитку економіки //Науковий вісник. – Випуск І. – К.: Державна академія статистики, обліку та аудиту, 2003. – С. 69-73.

14. Куканова А.М. Розвиток сфери послуг і особливості її становлення у транзитивній вітчизняній економіці // Формування ринкових відносин в Україні: 36. наук.праць. — 2004. — Вип. 1. — С.68-70.

15. Юхновський І.(академік НАН України). Головна мета — збудувати в Україні суспільство з панівним середнім класом // «Дзеркало Тижня».№ 14 (643) 14. <http://www.dt.ua/2000/2020/56406/>

16. Зернецька О. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. – К.: Освіта, 1999. – 351 с.