

*Донченко С.С., магістр, Щербак В.Г., д.е.н., проф.
Київський національний університет технологій та дизайну*

АКТИВІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

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

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

*Донченко С.С., магістр, Щербак В.Г., д.е.н., проф.
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

АКТИВИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ СФЕРЫ УСЛУГ

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

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

Donchenko S., Shcherbak V.

Kyiv National University of Technologies and Design

ACTIVATION OF ENTERPRISE ACTIVITIES OF SERVICES OF SERVICES

Abstract. The article analyzes the state and problems of functioning of the market of services in modern conditions, analyzes the trends and peculiarities of its development. The theoretical and methodological approaches to the concept and classification of services are presented. The main strategic directions and tasks concerning the development of the service sector in Ukraine are offered.

Keywords: service, sphere of services, activation, development tendencies, economic policy, service economy, quality of life.

Постановка проблеми. З часів становлення України як самостійної держави для населення важливу роль відіграла підприємницька діяльність.

Підприємницька діяльність – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Підприємства можна поділити на 2 види: підприємства виробничої сфери та підприємства сфери послуг.

Виробнича сфера характеризується складністю. До її складу входять засоби виробництва та люди, які володіють виробничим досвідом, предметами праці та засобами праці. Складність виробничої сфери пояснюється складністю взаємодії цих окремих елементів через технологію та організацію виробництва.

Сфера послуг – це сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких у сфері суспільного виробництва виражається у виробництві та реалізації матеріальних і нематеріальних (духовних) послуг для

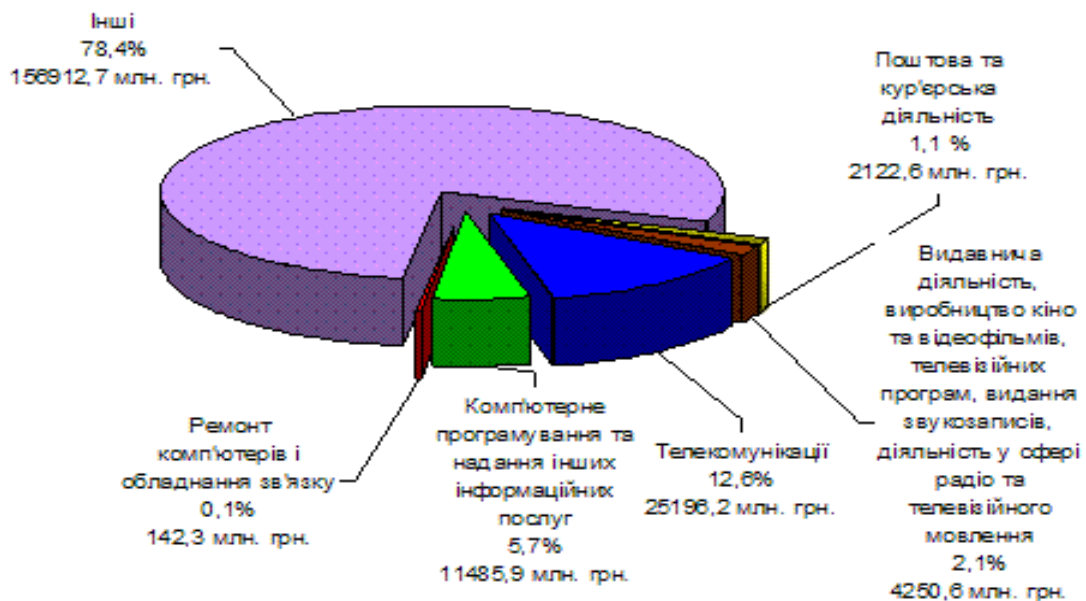
населення. Активізація підприємств потрібна тому що наразі кількість підприємств неухильно зменшується (відбувається це також через проведення АТО на сході України) тому, тема активізації-актуальна.

Аналіз останніх досліджень та невирішена частина проблеми. Проблеми активізації підприємницької діяльності підприємств сфери послуг достатньо відпрацьовані науковою спільнотою. Так, Т. Смолженко [2] розглядала організаційно економічну політику сприяння розвитку підприємств сфери послуг та механізми її реалізації, Т. Петрук [3] визначив особливості впливу приватизаційних процесів на вдосконалення мотиваційних механізмів на малих підприємствах, О. Іванова [4] запропонувала механізм розвитку підприємництва на промисловому підприємстві та підприємств сфери послуг, Н. Білецька [5] довела, що підприємницька діяльність в залежності від галузі, наприклад, поліграфічної, має специфіку, А. Бутенко [6] запропонував інноваційний підхід щодо модернізації механізмів розвитку малого та середнього бізнесу, З. Варналій [7] дослідив малі підприємства сфери послуг та особливості їх розвитку. Малі підприємства у своїх роботах також розглядали А. Виноградська [8] та Л. Воротіна [9], які у своїх роботах доводили, що підприємництво є одним і найефективніших засобів його адаптації до ринкових умов.

Метою дослідження є аналіз розвитку активізації підприємницької діяльності підприємств сфери послуг в Україні.

Результати дослідження. Складні економічні, політичні та соціальні умови в країні негативно позначаються на підприємницькій діяльності вітчизняних підприємств, а відсутність дієвого організаційно-економічного механізму (ОЕМ) активізації підприємницької діяльності не дозволяє своєчасно адаптуватися до подібних змін. За даними Державного комітету статистики, в останні роки в Україні відбувається поступове скорочення підприємницького сектору. За останні п'ять років в країні кількість суб'єктів господарювання зменшилася на 11,53% (з 2183928 одиниць у 2012 р. до 1932161 одиниць у 2016 р.). Тому виникає нагальна необхідність у розробці такого механізму, який би максимально сприяв розвитку підприємництва в Україні та вирішенню суспільно вагомих завдань шляхом узгодження інтересів підприємців і держави. Аналіз наукових студій та світовий досвід розвитку підприємницької діяльності свідчать про неможливість активізації підприємництва лише зусиллями самих підприємств або держави. Таким чином, дієвий ОЕМ активізації підприємницької діяльності підприємств повинен комплексно об'єднувати механізми розвитку підприємницької діяльності на трьох рівнях: держави, регіону й підприємства. Рівні держави і регіону формують зовнішні економічні й організаційні умови, що створюють сприятливе підприємницьке середовище, а на рівні підприємства створюються внутрішні потенційні можливості прояву підприємницької ініціативи й передумови для активізації підприємницької діяльності. ОЕМ активізації підприємницької діяльності на рівні держави реалізується шляхом проведення державної політики сприяння підприємству, яка включає обґрунтування адміністративно-організаційних та економічних важелів розвитку підприємства, сприяння в підготовці спеціалістів підприємницького сектору, правове регулювання підприємницької діяльності, розробку ефективних податкових важелів сприяння підприємству, упровадження інструментів фінансово-кредитної політики сприяння розвитку підприємств. Формування ОЕМ активізації підприємницької діяльності на рівні держави пов'язано зі створенням дієвих механізмів активізації та підтримки підприємництва на місцевому рівні, для чого необхідно послідовно формувати галузеві та регіональні програми, проекти підтримки підприємницької діяльності. Результатом функціонування ОЕМ на рівні регіону є збільшення надходжень до місцевих бюджетів,

задоволення потреб населення в товарах і послугах, зниження рівня безробіття в регіонах (рис. 1).



Джерело: [10].

Рис. 1. Структура доходів ринку послуг України

Місцевий рівень є найбільш дієвим для надання консультаційної й інформаційної підтримки, а також для сприяння створенню недержавних об'єднань підприємців. Саме на рівні регіонів найбільш доцільно організовувати семінари, конференції, зустрічі підприємців, які спрямовуються на розвиток співпраці у сфері підприємництва. На рівні підприємства в розрізі реалізації OEM активізації підприємницької діяльності важливими його формами виступають оцінка рівня підприємницької активності, прогнозування бажаного рівня, стратегічне і оперативне планування, створення ефективних систем стимулювання і мотивації прояву підприємницьких ініціатив працівниками підприємства, умов для новаторства і впровадження інноваційних управлінських рішень. Дієвий OEM активізації підприємницької діяльності, кількісні та якісні характеристики підприємництва формуються організаційним поєднанням економічних, правових і соціальних умов, що створюються державою, та внутрішніми потенційними можливостями підприємства. Активізація підприємницької діяльності та підвищення ефективності підприємництва пов'язані з постійним удосконаленням OEM, що повинно сприяти вирішенню загальнодержавних питань соціально-економічного розвитку. Отже, OEM активізації підприємницької діяльності, що пропонується, поєднує форми і методи, які застосовується на державному та місцевому рівнях, з можливостями підприємства й заходами, що сприяють підвищенню підприємницької активності на рівні підприємства.

У розвинених країнах частка сфери послуг становить до 70% ВВП країни (США, Франція, Нідерланди – 70%; Австрія, Італія, Іспанія, Норвегія, Коста-Ріка – 50–60%). В останні десятиріччя відзначаються не тільки зміни в галузевій структурі світового господарства, але й значне зростання частки населення, зайнятого у виробництві послуг. У багатьох країнах світу цей показник перевищує відповідні значення для промислового виробництва

Для України, як і для багатьох країн світу, характерна яскраво виражена тенденція зростання частки сервісного сектора у ВВП (43,67% у 2016 р. порівняно з 32,96% у 2004 р.). Незважаючи на динамічний розвиток ринку послуг України, можна стверджувати, що послуги, представлені на українському ринку, розвиваються нерівномірно як за видами економічної діяльності, так і за регіонами країни.

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

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

- тенденції бізнесу, до яких відносять розширення сервісної діяльності промисловими підприємствами, розповсюдження франчайзингу, орієнтація організацій на підвищення якості послуг, фокусування уваги на запитих споживачів;

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

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

- інтернаціоналізація, яка знаходить відображення у виході організацій сфери послуг на нові ринки, активізації процесів злиття і поглинання на міжнародному рівні, розширенні діяльності транснаціональних сервісних компаній. Роль сфери послуг проявляється в тому, що вона: є важливим сектором національного і світового господарства; відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу; впливає на функціонування і розвиток матеріального виробництва; сприяє збільшенню вільного часу; створює можливості для повнішого задоволення і розвитку потреб людей і суспільства; є найважливішим елементом формування сучасної якості життя; забезпечує якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країни. Основними тенденціями розвитку ринку послуг є: зниження обсягів надання окремих видів послуг за рахунок скорочення фінансування неринкових послуг, зокрема соціальних та наукових; зміна структури попиту населення на платні послуги за рахунок збільшення частки житлово-комунальних і скорочення санаторно-курортних та оздоровчих; швидке заміщення неринкових послуг ринковими в освіті та медицині; збільшення розриву між платоспроможним попитом і пропозицією

Висновки. Для подальшого розвитку сфери послуг необхідним є вирішення комплексу взаємоузгоджених завдань: формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у секторі послуг; створення економічного та правового

середовища; вдосконалення дії механізму місцевого самоврядування; залучення громади до активної участі у визначенні пріоритетних напрямів зростання ринку послуг; створення реальних можливостей кожному підприємству доступу до виробничих, матеріально-технічних та фінансових ресурсів; подальший розвиток комерційної системи інформаційного забезпечення підприємницької діяльності; застосування механізму партнерства для стимулювання розвитку перспективних видів діяльності у сфері послуг; здійснення заходів у галузі інвестиційної політики та сприяння інноваційному інвестуванню підприємств; підтримка в перспективі на відповідній науковій основі розвитку мережових та кластерних структур безпосередньо сервісного характеру (транспортно-логістичні, туристично-рекреаційні, культурно-розважальні). Для України актуальним є прискорений розвиток і, відповідно, експорт туристичних, фінансових, ділових, науково-дослідних, будівельних послуг. Ця сфера зовнішньоекономічної діяльності є серйозним потенціалом для збільшення експорту країни і тому заслуговує пріоритетної уваги. Суттєве розширення участі України у світовій торгівлі послугами потребує розробки відповідної стратегії діяльності в системі міжнародного поділу праці. Реалізація стратегії переходу сфери послуг на інноваційно-інвестиційну модель розвитку дасть змогу активізувати всі види економічної діяльності у виробництві та реалізації послуг, стане однією зі складових частин економічної безпеки країни.

Список використаної літератури

1. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Смовженко Т. С. Організаційно-економічна політика сприяння розвитку підприємництва та механізми її реалізації: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами / Смовженко Тамара Степанівна; Ін-т регіон. дослід. НАН України. – Львів, 2002. – 39 с.
3. Петрук Т.М. Особливості впливу приватизаційних процесів на вдосконалення мотиваційних механізмів / Т. М. Петрук // Соціально-економічні дослідження в перехідний період: зб. наук. праць / Ін-т регіон. дослід. НАН України. – Львів, 1998. – Вип. IV. – С. 458–461.
4. Іванова О. В. Механізм розвитку підприємництва на промисловому підприємстві: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами / О. В. Іванова; Донецьк. держ. ун-т екон. і торгів. ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2004. – 21 с.
5. Білецька Н. П. Розвиток підприємництва у галузі поліграфії / Н. П. Білецька // Наукові записки. – Львів: Укр. акад. друкарства. – 2000. – Вип. 2. – С. 136–144.
6. Бутенко А. І. Модернізація механізмів розвитку малого та середнього бізнесу: монографія / А. І. Бутенко, М. П. Войнаренко, В. І. Ляшенко та ін. – Донецьк: Інститут економіки промисловості НАН України, 2011. – 326 с.
7. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З. С. Варналій. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2001. – 277 с.
8. Виноградська А. Розвиток малого підприємства / А. Виноградська // Економіка України. – 1999. – № 2. – С. 36–41.
9. Воротіна Л. І. Малий бізнес та підприємництво як засіб адаптації до ринкових форм господарювання / Л. І. Воротіна. – К.: Т-во "Знання" України, 1996. – С. 4.
10. Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dsszzi.gov.ua>.