

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-57>

УДК 339.9:338.46

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE SERVICE SECTOR

Швець Людмила Василівнакандидат економічних наук, доцент,
Національний транспортний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4545-4252>**Редько Наталія Олександрівна**старший викладач,
Національний транспортний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3411-6218>**Дудка Тамара Вікторівна**доцент,
Національний транспортний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0548-2718>**Shvets Liudmyla, Redko Natalia, Dudka Tamara**
National Transport University

У статті розглянуті тенденції розвитку та особливості функціонування сфери послуг у сучасному економічному просторі з урахуванням інноваційного спрямування. Акцентована увага на важливості якості послуг, як основи їх конкурентоспроможності. Уточнено перелік детермінант якості послуг. Підкреслено, що головним завданням забезпечення якості послуг відповідно до клієнторієнтованого підходу є задоволення або перевищення очікувань споживачів. Вказано, що інновації у сфері послуг характеризують нові моделі взаємодії з клієнтами та надання послуг. Розглянуто нову форму надання традиційних послуг (торговельних і розважальних) у торговельно-розважальному комплексі для задоволення матеріальних і духовних потреб споживачів. Охарактеризовано найважливіші детермінанти вказаних послуг. Зроблено висновок, що торговельні послуги, доповнюючись розважальними, наповнюються новим змістом і внаслідок синергії інтенсивніше і повніше задовольняють запити клієнтів, тим самим, підвищують рівень своєї конкурентоспроможності. Підкреслено, що якість послуги стає основною конкурентною перевагою, а висока якість – важливою умовою її виробництва та споживання. Окреслені перспективи розвитку сфери послуг.

Ключові слова: сервізація економіки, детермінанти якості послуг, конкурентоспроможність, клієнторієнтований підхід, концепція ціннісноорієнтованої якості послуг, інноваційна стратегія.

В статье рассмотрены тенденции развития и особенности функционирования сферы услуг в современном экономическом пространстве с учетом инновационной направленности. Акцентируется внимание на важности качества услуг как основы их конкурентоспособности. Уточнен список детерминант качества услуг. Подчеркнуто, что главной задачей обеспечения качества услуг в соответствии с клиентоориентированным подходом является удовлетворение или превышение ожиданий потребителей. Указано, что инновации в сфере услуг характеризуют новые модели взаимодействия с клиентами и предоставления услуг. Рассмотрена новая форма предоставления традиционных услуг (торговых и развлекательных) в торгово-развлекательном комплексе для удовлетворения материальных и духовных потребностей потребителей. Охарактеризованы важнейшие детерминанты указанных услуг. Сделан вывод, что торговые услуги, дополняясь развлекательными, наполняются новым содержанием и в результате синергии более интенсивно и полно удовлетворяют запросы клиентов, тем самым повышают уровень своей конкурентоспособности. Подчеркнуто, что качество услуги становится основным конкурентным преимуществом, а высокое качество – важное условие ее производства и потребления. Обозначены перспективы развития сферы услуг.

Ключевые слова: сервизация экономики, детерминанты качества услуг, конкурентоспособность, клиентоориентированный подход, концепция ценностноориентированного качества услуг, инновационная стратегия.

The article discusses the development trends and features of the functioning of the service sector in the modern economic space, taking into account the innovative focus. Attention is focused on the importance of the quality of services as the basis of their competitiveness. The list of service quality determinants has been specified. It's emphasized that the main task of ensuring the quality of services in accordance with a client-oriented approach is to meet or exceed consumer expectations. It is indicated that innovations in the service sector characterize new models of interaction with customers and the provision of services. A new form of providing traditional services (shopping and entertainment) in a shopping and entertainment complex to meet the material and spiritual needs of consumers is considered. The most important determinants of these services are characterized. It is concluded that trading services, supplemented by entertainment, are filled with new content and, as a result of synergy, more intensively and fully satisfy customer needs, thereby increasing their level of competitiveness. It's emphasized that the quality of the service becomes the main competitive advantage, and high quality is an important condition for its production and consumption. The prospects for the development of the service sector are outlined. The service sector combines a wide range of economic activities aimed at meeting the personal needs of the population and the needs of production, as well as the consumption of society as a whole. Strengthening the role and importance of the service sector, due to global trends: advances in science and technology, the appropriate level of international division of labor, economic growth and development of world society. The service sector takes a significant role in the development of human capital, creating opportunities for better satisfaction and development of the needs of people and society. The service sector is one of the most promising sectors of the economy. One of the most important patterns of economic development around the world is the connection between economic growth and increasing the role of services in the national economy.

Keywords: service economy, service quality determinants, competitiveness, client-oriented approach, value-oriented service quality concept, innovation strategy.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації, інформатизації, інтелектуалізації праці, а також загострення кризових явищ все більш очевидною стає необхідність активізації інноваційної діяльності підприємств і організацій усіх галузей економіки, в тому числі сфери послуг. Докорінні структурні зміни у світовій економічній системі пов'язані із загальним зниженням темпів розвитку індустріального сектору при одночасній диверсифікації сервісного комплексу, прискореному зростанні частки сфери послуг у національному доході країн та загальних обсягах споживання, а також глибокою трансформацією структури людських потреб, фінансової системи та зайнятості населення. Сфера послуг стає важливим сектором національного і світового господарства, впливаючи на функціонування і розвиток матеріального виробництва та забезпечуючи якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країн. В той же час сфера послуг відіграє суттєву роль у розвитку людського капіталу, створюючи можливості для повнішого задоволення і розвитку потреб людей і суспільства (сприяючи збільшенню вільного часу та підвищенню якості його використання), тому ця сфера є найважливішим елементом формування сучасної якості життя [1, с. 34].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних засад та особливостей розвитку сфери послуг приділяли увагу видатні представники різних шкіл та напрямів економічної думки: Дж. Белл, У. Баумоль, П. Друкер, М. Кастельс, К. Кларк, Ф. Кот-

лер, Ж.-Б. Сей, А. Тоффлер та ін. Значний внесок у дослідження названої проблеми зробили такі вчені, як З. Варналій, А. Вітренко, Б. Гаврилишин, В. Гесць, В. Герасимчук, Н. Гражевська, В. Осецький, Я. Остафійчук. У роботах цих авторів досліджуються методологічні, теоретичні та практичні аспекти розвитку сфери послуг в Україні та світі. Але ця багатогранна проблема має ще багато недосліджених теоретичних питань та невирішених практичних проблем.

Мета статті полягає у виявленні сучасних тенденцій та аналізі особливостей розвитку сфери послуг у сучасному економічному просторі з урахуванням інноваційного спрямування; окресленні пріоритетних напрямів економічної політики у сфері послуг для забезпечення її стійкого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Внаслідок розгортання четвертої науково-технічної революції інновації, кардинально впливаючи на підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємств і організацій, інтенсивно впроваджуються в діяльність суб'єктів господарювання усіх галузей економіки, в тому числі сфери послуг. Посилення ролі і значення сфери послуг, зумовлене загальносвітовими тенденціями: досягненнями у сфері науки та техніки, відповідним рівнем міжнародного розподілу праці, економічним зростанням та розвитком світового соціуму в цілому. Вказані тенденції призвели до суттєвих змін у структурі сфери послуг та формування наступних її особливостей:

– підвищення доходів як фізичних, так і юридичних осіб сприяло зростанню споживання послуг, а отже, – відповідним змінам у структурі попиту;

– розвиток ІКТ призвів до виникнення і застосування нових видів послуг, пов'язаних зі збором, збереженням, обробкою та поширенням інформації;

– динамічність міжнародного конкурентного середовища спричинила вдосконалення існуючих та виникнення нових послуг (управлінський консалтинг, маркетингові дослідження);

– глобалізація бізнесу (вихід організацій сфери послуг на нові ринки, активізація процесів злиття і поглинання на міжнародному рівні) та розвиток транснаціональних сервісних корпорацій сприяли зростанню попиту на транспортні, банківські, страхові, фрахтові послуги тощо;

– соціальна спрямованість урядових політик багатьох країн світу щодо зростання добробуту населення стимулювала розвиток освіти, спорту, оздоровлення, культури, туризму тощо [1, с. 132].

Майже в кожній сфері світової економіки відбувається сервізація, тобто активний розвиток послуг. Підтверджується висновок класика постіндустріальної теорії Д. Белла про те, що постіндустріальне суспільство базується на послугах [5, с. 12]. На вітчизняному внутрішньому ринку сформований та розвивається асортиментний ряд послуг за видами економічної діяльності, який включає: транспорт, складське господарство, поштову та кур'єрську діяльність; інформацію та телекомунікацію; операції з нерухомим майном; професійну, наукову та технічну діяльність; освіту; охорону здоров'я та надання соціальної допомоги; мистецтво, спорт, розваги і відпочинок [3, с. 31].

Досліджуючи різні аспекти формування і розвитку сфери послуг та підвищення конкурентоспроможності сервісних підприємств, слід враховувати важливість якості як основи конкурентоспроможності послуг. Хоч виробник послуги формує об'єктивну якість послуги в процесі її розробки та виведення на ринок, але у визначенні кінцевої якості послуг основну роль відіграє споживач послуги, який оцінює ступінь задоволення своїх попередніх очікувань (або навіть перевищення цих очікувань) та максимальне задоволення споживчих потреб.

Це відповідає клієнторієнтованому підходу до визначення якості послуги. Оцінюючи якість послуг, покупці порівнюють деякі

фактичні значення параметрів оцінки якості з очікуваними значеннями, і при збігу цих величин вважають якість послуг задовільною. Кінцеву якість послуги як товару визначають наступні основні її властивості: надійність та достовірність послуги, зворотність реакції, кастомізація послуги, компетентність виробника послуги, доступність, безпечність, комунікативність послуги, якість персоналу, матеріальна забезпеченість, споживча орієнтованість [1, с. 241; 6, с. 21]. На наш погляд, вказаний перелік характеристик якості послуг можна скоротити з врахуванням наступних суджень: якість персоналу повинна включати його компетентність; споживча орієнтованість, яка забезпечується високим рівнем розуміння потреб споживача, індивідуальною увагою до нього – це елемент кастомізації послуги. Слід враховувати, що для конкретного виду послуг кожна з приведених характеристик може мати більше чи менше значення, тобто їх пріоритетність може змінюватись, в той же час, інтерпретація наданих характеристик може уточнюватись. Так, наприклад, для послуг пасажирського транспорту важливими характеристиками якості слід вважати комфорт та зручність [7, с. 74]. В той же час ці властивості якості пасажирських перевезень можуть бути враховані у таких характеристиках як споживча орієнтованість та/або кастомізація послуги. Всі приведені детермінанти якості послуги поєднують можливості та корпоративні цінності виробника послуг з потребами, які характеризують цінності споживача послуги. Такий підхід відповідає концепції ціннісноорієнтованої якості послуг [1, с. 237].

В умовах загострення рівня конкуренції на ринку послуг (як і на інших ринках) та пошуку напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств якість послуги стає основною конкурентною перевагою та важливою умовою її виробництва і споживання [6, с. 30]. З метою підвищення якості послуг шляхом найбільш повного задоволення специфічних потреб і запитів клієнтів, бізнес-структури сервісної індустрії впроваджують інноваційні корпоративні стратегії, які характеризуються високою гнучкістю, адаптивністю та оперативністю ухвалення управлінських рішень, а також мережевою організацією. Продуктові інновації можуть уособлювати значне поліпшення методів надання послуг, додаючи нові функції існуючим послугам. Здебільшого, сервісні інновації характеризують нові моделі розподілу продукції, взаємодії з клієнтами, контролю та забезпечення якості тощо.

Враховуючи поточні запити споживачів, а також завдячуючи використанню нових форм їх надання, традиційні види послуг (торговельні, розважальні та інші) наповнюються новим змістом. Так, для задоволення матеріальних потреб (торговельна послуга) і духовних потреб споживачів (розважальна послуга) у межах їхнього вільного часу торговельні послуги надаються паралельно із розважальними у ТРК (торговельно-розважальних комплексах). ТРК представляють собою конгломерацію підприємств торгівлі, громадського харчування, розваг, оздоровлення, побутового обслуговування, спорту, що надають широкий спектр послуг. Науковці-економісти вважають ТРК певним кластером малих та середніх підприємств, тобто мережевою виробничо-комерційною структурою, яка об'єднує споріднених і супутніх виробників з метою кооперації для виробництва конкурентоспроможних послуг [8, с. 7]. При цьому основним ядром для торговельних послуг виступає зарубіжна або національна торговельна мережа (у форматі супермаркету або гіпермаркету), а для розважальних послуг – підприємства, які пропонують один або кілька видів розваг (3D-кінотеатр, аквапарк тощо). Крім мережевих ТРК, на українському ринку торговельно-розважальних послуг функціонують і локальні ТРК, які не входять до мереж і працюють під власною назвою без маркування продукції. Інфраструктура ТРК дозволяє проводити заходи культурного (концерти, шоу, виставки, демонстрація нових фільмів), оздоровчого (майстер-класи, презентації), іноді – спортивного (змагання, показові виступи) характеру. В таких поліфункціональних інфраструктурних конгломераціях не тільки відбувається концентрація попиту і пропозиції на товари та послуги, але й у місці розташування створюється значна кількість робочих місць (при цьому частково вирішується проблема зайнятості). Торговельні послуги, доповнюючись розважальними, внаслідок синергії інтенсивніше і повніше задовольняють запити клієнтів. Вважаємо, що якість торговельно-розважальних послуг, що надаються в ТРК, оцінюється в першу чергу з врахуванням вимог:

- надійності, оскільки виробник в основному забезпечує надання послуг в запланований час, у запланованому місці і незалежно від несприятливих обставин;

- кастомізації, тобто налаштування та адаптації технології та/або результату надання послуги з метою максимізації рівня задоволення потреб споживачів;

- доступності (фізичної та просторової), яка характеризується швидким контактом споживача з послугою; прозорістю, відкритістю та раціональністю інформації про послугу, порядок та умови її надання – з врахуванням інтересів людей;

- комунікативності, тобто поінформованості споживачів внаслідок забезпечення виробником швидкої та адекватної комунікації та інформування споживачів;

- матеріальної забезпеченості, яка характеризує необхідний для технології надання послуги стан обладнання, будівель та персоналу.

Оцінюючи конкурентоспроможність послуг ТРК, необхідно враховувати їх вартість, як одну із найважливіших характеристик послуг, особливо для споживачів з невисокими доходами, які за віком і сімейним станом використовують торговельно-розважальні послуги.

Послуги, що якісно задовольняють всі усвідомлені потреби споживачів, можна вважати конкурентоспроможними [1, с. 240].

Сучасні види послуг характеризуються різними ознаками: зростаючими вимогами до кваліфікації виконавців послуг, різною продуктивністю, інтенсивністю, різноманітністю задіяних факторів виробництва, темпами зростання обсягів надання та новими форматами надання послуг. Важливими напрямками подальшого розвитку сфери послуг мають стати:

- формування сприятливих умов для підприємницької діяльності у сфері послуг;

- реалізація стратегії розвитку сфери послуг відповідно до інноваційно-інвестиційної моделі розвитку економіки;

- оновлення і використання нових технологій в галузях традиційних послуг (фінансових, страхових, транспортних, торговельних тощо);

- формування новітніх послуг, в першу чергу знаннєвомістких за такими напрямками як наукові розробки та дослідження; консалтинг; інформаційні та комунікаційні послуги; маркетингові послуги; управління людськими ресурсами; послуги державного управління тощо [1, с. 270; 4, с. 52; 8, с. 106].

Висновки. Внаслідок трансформаційних процесів, які охопили всі сторони життя суспільства індустріальна економічна система перетворилась на постіндустріальну сервісну економіку. Мірилом рівня розвитку як виробничої системи зокрема, так і суспільства загалом стає ступінь диверсифікації сфери послуг.

Необхідність підвищення конкурентоспроможності сервісних підприємств сприяє впровадженню ними концепції ціннісноорієнтованої якості послуг (яка ґрунтується на

цінностях споживача та корпоративних цінностях виробника) з метою максимального задоволення споживчих потреб та вимог.

Адаптація до впливу чинників мінливого бізнес-середовища та необхідність врахування вимог споживачів, призводить до запровадження бізнес-структурами сервісної індустрії інноваційних корпоративних стратегій, які передбачають нові інноваційні моделі розподілу продукції, взаємодії з клієнтами, контролю та забезпечення якості тощо. Так, у ТРК надаються комплексні торговельно-розважальні послуги, які внаслідок синергії та поліпшення методів надання послуг інтенсивніше і повніше

задовольняють матеріальні та духовні запити клієнтів, враховуючи вимоги надійності, кастомізації, доступності, комунікативності, матеріальної забезпеченості. ТРК як кластер малих та середніх підприємств, уособлює мережеву виробничо-комерційну структуру, яка реалізує конкурентоспроможні послуги. До пріоритетних напрямів подальшого розвитку сфери послуг слід віднести оновлення (в тому числі з використанням інновацій) традиційних видів послуг та розвиток новітніх наукомістких видів послуг – на основі формування сприятливого економічного та правового середовища для підприємницької діяльності у сфері послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вітренко А.О. Сервісна економіка : теорія, сучасні виклики та глобальні тренди. Київ : Знання, 2016. 413 с.
2. Овдіюк О.М., Швець Т.В. Стратегічні аспекти розвитку вітчизняного ринку сфери послуг. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8194> (дата звернення 24.12.2021).
3. Косіченко І.І. Генеза сервісної економіки: головний тренд постіндустріального суспільства. *Причорноморські студії*. 2019. № 48–1. С. 29–35.
4. Пугачевська К.Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Збірник наукових праць*. 2016. № 18. С. 52–56.
5. Вітренко А.О. Розвиток сфери послуг в умовах постіндустріальних трансформацій : автореф. дис. докт. екон. наук : 08.00.01. Київ, 2017. 40 с.
6. Назаренко Я.Я. Формування критеріїв якості послуг пасажирського транспорту в умовах європейської інтеграції України. *Економіка та управління на транспорті*. 2017. № 17. С. 72–77.
7. Іванечко Н.Р. Маркетингові стратегії підприємств на ринку торговельно-розважальних послуг : автореф. дис. канд. наук : 08.00.04. Тернопіль, 2015. 20 с.
8. Домбровська С.М. Державна політика формування сервісно-орієнтованої економіки сфери послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 10. С. 105–110.

REFERENCES:

1. Vitrenko A. (2016) Servisna ekonomika: teoriya, suchasni vikliki ta globalni trendi [Service economics: theory, current challenges and global trends]. Kyiv: Znannya, 413 p. (in Ukrainian)
2. Ovdyyk O., Shvets T. (2020) Strategichni aspekti rozvitku vitchiznyanogo rinku sferi poslug [Strategic aspects of development of the domestic services market]. *Efektivna ekonomika*. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8194> (accessed 24 December 2021).
3. Kosichenko I. (2019) Geneza servisnoi ekonomiki: golovnij trend postindustrialnogo suspilstva [The genesis of the service economy: the main trend of post-industrial society]. *Prichornomorski studyi*, no. 48–1, pp. 29–35.
4. Pugachevska K. (2016) Sfera poslug v Ukraini: osoblivosti rozvitku ta strategichni perspektivi [Services in Ukraine: features of development and strategic perspectives]. *Naukovij visnik mizhnarodnogo humanitarnogo universitetu. Zbirnik naukovih prac*, no. 18, pp. 52–56.
5. Vitrenko A. (2017) Rozvitok sferi poslug v umovah postindustrialnih transformacij [Development of the service sector in the conditions of post-industrial transformations]. Kyiv, 40 p. (in Ukrainian)
6. Nazarenko Y. (2017) Formuvannya kriteriyv yakosti poslug pasazhirskogo transportu v umovah evropejskoy integraciy Ukrainy [Formation of criteria for the quality of passenger transport services in the context of Ukraine's European integration]. *Ekonomika ta upravlinnya na transporti*, no. 17, pp. 72–77.
7. Ivanechko N. (2015) Marketingovi strategii pidpryemstv na rinku torgoveln-rozvezhalnih poslug [Marketing strategies of enterprises in the market of shopping and entertainment services]. Ternopil, 20 p. (in Ukrainian)
8. Dombrovska S. (2019) Derzhavna politika formuvannya servisno-orientovanoi ekonomiki sfery poslug [State policy of formation of service-oriented economy of services]. *Investicij: praktika ta dosvid*, no. 10, pp. 105–110.