

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-30>

УДК 339.9

ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО РИНКУ ПОСЛУГ ТА ЙОГО ТРАНСФОРМАЦІЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

THE FORMATION OF THE MODERN SERVICES MARKET AND ITS TRANSFORMATIONS UNDER THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Белінська Ганна Василівнакандидат економічних наук, доцент,
Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8978-8513>**Гусаров Сергій Ігорович**магістрант,
Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6752-646X>**Belinska Ganna, Gusarov Sergiy**
National Aviation University

В статті розглянуті основні наукові підходи до трактування категорії «послуга» та визначено особливості послуги як товару в процесі міжнародної торгівлі. Також авторами здійснено спробу узагальнити підходи до класифікації послуг з позиції провідних міжнародних економічних інституцій. Також в статті досліджено основні тенденції розвитку світового ринку послуг в умовах глобальних трансформацій економіки та секторальні особливості розвитку невиробничої сфери в цілому за останні десятиліття, що характеризується, передусім зростаючою роллю міжнародного транспорту. Визначено основні фактори, які впливають на ріст світового ринку послуг в сучасному світі. Також описано, як трансформаційні процеси змінюють саму сутність послуги як товару та диверсифікують сферу послуг в цілому, сприяючи появі нових видів послуг та ускладнюючи взаємодію між всіма учасниками цього ринкового сегменту.

Ключові слова: послуга, міжнародна торгівля послугами, світовий ринок послуг, ринкові послуги, неринкові послуги, факторні послуги нефакторні послуги, диверсифікація послуг.

The article examines scientific approaches to the interpretation of the "service" as category and defines the features of a service as a product in the process of international trade. The authors outline the specific features of a service that distinguish it from a product, such as: the fact that it is the result, not the process of activity, and is of a commercial nature. It was also found that one of its specific features is the immateriality of the result. The authors also made an attempt to generalize approaches to the classification of services from the position of leading international economic institutions. It was found that the services can be divided into two main blocks: structural and branch and production and commercial operations. Services are also classified as market and non-market, as well as factor and non-factor services. The main trends in the development of the world market of services in the conditions of global transformations of the economy and sectoral features of the development of the non-manufacturing sphere as a whole over the last decades, which characterized primarily by the growing role of international transport, are also studied. The main factors that affect the growth of the global market of services in the modern world are determined. It is also described how transformational processes change the very essence of a service as a product and diversify the sphere of services as a whole, contributing to the emergence of new types of services and complicating the interaction between all participants of this market segment. It has been found that in the conditions of the global economy, the specific features of services are changing: some of them may acquire tangible forms, and certain types become visible and even amenable to storage. In addition, some types of services no longer require direct interaction between the buyer and the seller. Therefore, it can be argued that at the moment a powerful world market for services has been formed, which is developing at a faster pace than the market for goods. Today, the growing sphere of services is gradually turning into a dominant sector of the world economy.

Keywords: service, international trade in services, world market of services, market services, non-market services, factor services, non-factor services, diversification of services.

Постановка проблеми. Для сучасної світової економіки, яка останні 60-70 років перебуває під безперервним впливом процесів глобалізації, типовою є зміна наукових підходів до трактування економічних явищ та категорій. Так, сьогодні є очевидною неоднозначність такої категорії, як «послуга», адже глобальні зміни сприяли бурхливому розвитку сектору послуг, а поступовий перехід країн світу до постіндустріальної стадії розвитку диверсифікує послуги, сприяє появі нових їх видів та ускладнює взаємовідносини між учасниками ринку послуг.

Спроби дати визначення категорії «послуга» мають довгу історію. Вперше даний термін ввів у науковий обіг ще представник французької класичної економічної школи Ж.Б. Сей. Також на початку XIX століття французький економіст Ф. Бастіа прийшов до висновку, що суспільний розвиток складається із послуг, які люди надають один одному. Тож він розглядав послуги передусім як людську діяльність, споживачами якої є також люди. Проте, в процесі ринкового обміну послуга набуває також рис, що притаманні саме товару (об'єкту торгівлі, предмету), а віртуалізація сучасних економічних процесів впливає на послуги, змінюючи їх традиційні характеристики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В науковому середовищі тема послуг є вельми популярною як серед класиків економічної думки, так і поміж сучасних дослідників. Зокрема, такий корифей як Ф. Котлер [3], визначаючи послугу, акцентував увагу на її властивостях як дії або заходу. Сучасні дослідники Л. Хмелевська [9], Л. Лозовський та А. Райзберг [7] в цілому поділяють їх думку, теж трактуючи послугу як дію, діяльність або їх види. Проте, багато вчених з ними в повній мірі не погоджуються. Зокрема, М. Прищепенко [6] трактує послугу як «властивість об'єкта чи суб'єкта, яка проявляється в результаті їх взаємодії», а Ш. Турецький [2] як «виробництво, яке пов'язане із забезпеченням користування населенням раніше придбаних промислових товарів».

Тож, можна констатувати, сьогодні не існує єдиного підходу до трактування економічної природи послуги, а також недостатньо уваги приділяється сучасним трансформаційним процесам, які переживають послуги в умовах віртуалізації та цифровізації світової економіки.

Тому, **метою даного дослідження** є узагальнення наукових підходів до трактування

категорії «послуга» та спроба оцінки впливу глобалізаційних процесів на її економічні сутність та властивості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виокремлення послуги в економічну категорію та окремий вид діяльності відноситься до періоду, коли людина почала обмінюватися результатами праці, тобто коли активно формувались виробничі відносини в суспільстві. Єдиного визначення послуги сучасна економічна наука, як зазначалося вище, не дає. Це пов'язано з тим, що сутність послуги теоретично можна розглядати з різних точок зору: як економічну категорію, як вид діяльності, як сферу, або ж як грошовий потік. Сьогодні в більшості визначень категорії «послуга» фігурує поняття результату дії, заходу або взаємодії, що відрізняє послугу від інших економічних одиниць та товарів. Тобто, робиться акцент на послугі одночасно і як на процесі, і як на результаті цього процесу. Тому, вдалим є таке визначення: «Послуга – процес, що поєднує одночасне надання та отримання іншими суб'єктами благ для задоволення їхніх потреб, переважно у нематеріальній формі, на комерційній основі» [1].

Очевидно, що наведене визначення виокремлює три специфічні риси послуги: по-перше, вона є саме результатом, а не процесом діяльності; по-друге, робиться акцент на її комерційному характері; і, по-третє, результат послуги визначається як нематеріальний, тобто в результаті не відбувається заволодіння жодними матеріальними благами.

Великий спектр послуг є сьогодні предметом міжнародної торгівлі. Тож. Ще протягом Уругвайського раунду було визначено, що може бути віднесено не просто до торгівлі, а саме до міжнародної торгівлі послугами. Послуга стає предметом міжнародної торгівлі у разі, якщо її виробник і покупець – резиденти різних країн незалежно від місця здійснення операції. При цьому, міжнародна торгівля послугами має ряд специфічних рис:

– послуги виробляються та споживаються в основному одночасно без можливості збереження, тому необхідні прямі контакти між виробниками та споживачами, що потребує присутності за кордоном виробників послуг або ж присутності іноземних споживачів у країні виробництва;

– міжнародна торгівля послугами взаємо-пов'язана з торгівлею товарами та має на неї вплив, що неухильно зростає;

– сфера послуг більше захищається державою від конкуренції, ніж матеріальне

виробництво: транспорт, зв'язок, фінансові та страхові послуги часто знаходяться у власності та під контролем держави, тож в міжнародній торгівлі ними існують протекціоністські перешкоди;

– не всі види послуг придатні до залучення в міжнародний обмін [8].

В цілому, у системі міжнародної торгівлі послугами можна виділити такі два блоки: структурно-галузеві компоненти та виробничо-комерційні операції.

1. Структурно-галузеві компоненти – це інформаційні послуги, міжнародні транспортні, банківські та страхові, міжнародний туризм.

2. Виробничо-комерційні послуги – це лізинг, франчайзинг, інжиніринг, ліцензійний обмін, міжнародні орендні операції.

Якщо при класифікації послуг виходить з особливостей їх ціноутворення, то всі послуги можна умовно розділити на дві групи:

1) ринкові послуги – виробляються для продажу з метою отримання прибутків, реалізуються за ринковою вартістю (оптова та роздрібна торгівля, готельне та ресторанне господарство, транспорт, фінансові послуги тощо);

2) неринкові послуги – реалізуються державними або некомерційними установами за неринковими цінами (переважно за бюджетні кошти), для задоволення потреб домашніх господарств і суспільства в цілому [5].

Цікаво, що більшість міжнародних організацій мають власну класифікацію послуг. Так, за критеріями МВФ виділяють такі види послуг: морські перевезення, інші види транспортних послуг, подорожі, інші приватні послуги, інші офіційні послуги.

А Світовий банк відповідно до власного загального класифікаційного підходу розділяє факторні та нефакторні послуги. До факторних послуг відносять такі, що пов'язані з рухом капіталу, робочої сили та інших компонентів виробничого процесу а до нефакторних послуг – такі, які мають нефінансовий характер (транспортні, туристичні та інші нефінансові послуги).

Сучасний розвиток міжнародного ринку послуг визначається дією чинників мікро- (внутрішнього) та макро- (зовнішнього) середовища. Перші впливають на рівні окремої організації та безпосередньо визначають умови її функціонування. Чинники макросередовища представлені силами ширшого соціального плану, що створюють загальні умови роботи ринку послуг.

Міжнародна торгівля послугами значно зросла в останній третині ХХ ст. Під впливом

процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації у сучасному світовому господарстві відбувається активний розвиток сфери послуг у більшості країн світу. Так, у розвинених країнах світу частка сфери послуг в структурі ВВП перевищує 70%, в ній зайнято приблизно 65% працездатного населення планети (у США – до 75%). Протягом 2005–2014 рр. обсяг світового експорту послуг збільшився в 1,9 рази і склав у 2014 р. 4940 млрд дол. США [10]. За статистикою ЮНКТАД, частка послуг у світовій торгівлі становила в 2005 р. 20,1%, в 2010 р. – 20,2%, в 2014 р. – 20,7% [10].

На ріст світового ринку послуг суттєво впливають такі фактори:

– розвиток науково-технічного прогресу, впровадження нових технологій, що створює необхідні умови для подальшого поглиблення спеціалізації економіки й посилення тенденції до соціалізації сфери послуг;

– довгостроковий економічний підйом у більшості країн світового господарства, який привів до підвищення темпів економічного росту, ділової активності, продуктивності праці, рівня прибутковості фірм і платоспроможності населення, що, відповідно, викликало додаткової потреби в низці послуг, наприклад, у галузі туризму;

– деіндустріалізація розвинених країн і трансформація їхніх національних господарств у «економіки послуг» (розвиток технологій приводить, по-перше, до вивільнення робочої сили з промисловості, яка поглинається сферою послуг і, відповідно, розширюється, по-друге, – до появи «виробничих» послуг, що дають можливість продавати товари разом з ними);

– перекваліфікація робочих місць, що збільшує чисельність зайнятих у сфері послуг (так, за останні десять років середні темпи росту зайнятих у сфері послуг складають 5,7%);

– індиферентність до втрат природних ресурсів і розвиток продуктивних сил за рахунок спеціалізації й кооперації виробництва, що скорочує малоефективний експорт.

Якщо ж заглиблюватись у секторальні особливості розвитку невиробничої сфери за останні 5–20 років, то навіть побіжний аналіз основних структурних елементів глобального ринку послуг показує, що незважаючи навіть на всі негаразди, пов'язані з нещодавною пандемією, постійно зростає роль міжнародного транспорту. Так, середньорічні темпи приросту обсягу перевезень вантажів на світовому ринку транспортних послуг за останні

десять років становили 2,5% тобто збільшилися приблизно в 9 разів, в той час як обсяг валового світового продукту зростав у середньому усього на 1–2%.

Також з точки зору загальних довгострокових тенденцій спостерігається досить швидкий, але надто нерівномірний розвиток світового туризму. В основному світові туристичні потоки формуються і здійснюються між високорозвиненими країнами. Проблеми, з якими стикаються країни з перехідними економіками та країни, що розвиваються, у своїй діяльності по сприянню розвитку туризму, є банальними. Це слабкий розвиток фізичної інфраструктури, транспорту і комунікацій, а також відсутність кваліфікованих людських ресурсів.

Також використання інформаційних технологій змінює уявлення про те, що перевагами щодо експорту високотехнологічних послуг володіють переважно розвинуті країни. Їм успішно складають конкуренцію країни, що розвиваються, такі як Китай, Індія, Сінгапур, Таїланд, Південна Корея.

Паралельно з трансформаційними процесами відбувається також диверсифікація сфери послуг, що реалізується у декількох напрямках:

1. Через виникнення абсолютно нових видів послуг: комп'ютерні, інформаційні мережі, електронна торгівля, глобальні транспортні системи, що об'єднують декілька видів транспорту у транспортні ланцюжки тощо.

2. Через виділення в самостійні галузі низки послуг, які раніше носили внутрішньо-фірмовий або допоміжний характер: реклама, аудит, бухгалтерські, юридичні, які стали самостійними сферами бізнесу.

3. Шляхом утворення великих інтегрованих компаній, які поставляють споживачеві «пакет» послуг, що дає можливість використати одного постачальника, спростивши ведення справ з постачальниками інших допоміжних послуг. За цим принципом діють великі транспортні компанії, що беруть на себе всі пов'язані з транспортним ланцюжком послуги й забезпечують доставку вантажу «від дверей до дверей».

Цікавим явищем глобальної економіки стала зміна специфічних рис послуг, які раніше вважалися незмінними. Так, деякі з послуг набувають уречевлених форм (комп'ютерна програма на електронному носії інформації), а окремі види послуг стають видимими та піддаються зберіганню (послуги телефонного автовідповідача). Окремі з видів послуг не вимагають прямої взаємодії покупця і про-

давця (видача грошей по дебіторській картці банком).

Результатом дії названої низки факторів протягом останніх 30–50 років стало збільшення загальної кількості різновидів послуг із 20–25% до більш ніж 80%, збільшення частки послуг у ВВП розвинених країн з 30–40% до 65–70%, більш стрімке та динамічне зростання світової торгівлі послугами в порівнянні з товарною торгівлею [10]. В той самий час деякі з країн, що розвиваються, можна охарактеризувати, як такі, що спеціалізуються на експорті окремих визначених видів послуг в світовому масштабі. Зокрема, Індія є вагомим постачальником аудіовізуальних послуг завдяки розвинутій кіноіндустрії, їх експорт за минулі роки збільшився у 2,5 раз. У першій п'ятірці світових експортерів портових послуг знаходяться Сінгапур, Корея, Китай. У Галузі будівельних послуг 51 із 150 найбільших компаній належать до країн, що розвиваються (Китай, Південна Корея, Єгипет). Важливими гравцями на міжнародному ринку медичних послуг стають Південна Африка, Коста Ріка та Чилі. Лідером з підготовки фахівців в галузі ІТ вважається Індія [4].

Вже можна стверджувати, що на даний момент сформований потужний світовий ринок послуг, що розвивається більш швидкими темпами, ніж ринок товарів. Для дворазового росту послуг треба було всього лише сім-вісім років, а для подібного розширення ринку товарів – 15. Особливо швидко зростає частка послуг, наданих приватними фірмами: за цей період вона збільшилася в 2,5 рази. Сучасна торгівля послугами швидко розширюється, впливаючи на розвиток національної економіки й світового господарства. Виробництво послуг – найбільш динамічна стаття в структурі ВВП. Постійно зростаюча сфера послуг у даний час перетворюється на домінуючий сектор світової економіки, що чинить все більш суттєвий вплив на стабільність розвитку світового співтовариства.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи все сказане вище, можна констатувати, що в сучасній науковій думці панівним є розуміння послуги одночасно як процесу, так і результату. Вивчивши усі протилежні позиції, можна визначити послуги, окресливши три їхні специфічні риси: послуги є саме результатом процесу діяльності і цей результат є нематеріальним, тобто при наданні послуги не відбувається заволодіння матеріальними благами. Також важливо під-

креслити, що послуги носять комерційний характер.

В умовах глобалізації світової економіки сфера послуг набуває динамічного розвитку та стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни, зростання добробуту населення. При цьому, міжнародна торгівля послугами демонструє низку специфічних рис, зокрема: в міжнародному масштабі, так само як і в середині країни, послуги виробляються та споживаються переважно одночасно, тобто для визнання послуги міжнародною, потрібно, щоб її виробник та споживач перебували по різні сторони кордону. Також вадливо підкреслити, що міжнародна торгівля послугами тісно пов'язана з торгівлею товарами та має на неї зростаючий вплив. Сфера послуг захищається державою від конкуренції набагато ретельніше, ніж матеріальне виробництво.

Міжнародна торгівля послугами значно зросла в останній третині ХХ ст. під впливом

процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації. На цей ріст суттєво вплинули наступні фактори: розвиток науково-технічного прогресу та довгостроковий економічний підйом у більшості країн світу, що призвело до підвищення темпів економічного росту, ділової активності, продуктивності праці. Особливим феноменом також стала деіндустріалізація розвинених країн і трансформація їхніх національних господарств у «економіки послуг». Це призвело, в свою чергу, до диверсифікація сфери послуг за декількома напрямками: через виникнення абсолютно нових видів послуг, через виділення в самостійні галузі низки послуг, які раніше носили внутрішньо-фірмовий або допоміжний характер та шляхом утворення великих інтегрованих компаній, які поставляють споживачеві послуги «пакетами». Поступово економічна глобалізація дедалі більшою мірою стирає кордони між «внутрішніми» та «зовнішніми» послугами, стираються також межі і в торгівлі ними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Антонюк К. Визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 6. С. 46–51.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Київ : Лібра, 2002. 708 с.
3. Котлер Ф. Армстронг Г., Сондерс Д. и др. Основы маркетинга [пер. с англ.]. Москва : Изд. дом «Вильямс», 2006. 942 с.
4. Максименко Т. В. Сучасна сфера послуг і особливості її становлення у транзитивній економіці. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2010. № 1. С. 68–70.
5. Остафійчук Я. В. Підходи до класифікації послуг у контексті формування системи управління сферою послуг. *Ефективна економіка*. 2012. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=892> (дата звернення: 10.10.2022)
6. Прищепенко М. В., Прищепенко В. В. Ценность услуги как парадигма стратегии развития. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2005. № 2. С. 109–118.
7. Райзберг А. Современный экономический словарь / А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. 6-е изд., перераб. и доп. Москва : ИНФРА-М, 2010. 512 с.
8. Специфічні риси міжнародної торгівлі послугами порівняно з традиційною торгівлею товарами. URL: <https://studfile.net/preview/9241588/page:9/> (дата звернення: 14.10.2022).
9. Хмелевська Л. П. Особливості розвитку малого підприємництва у сфері побутового обслуговування населення України : дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01. Київ, 2002. С. 32.
10. The Trade and Development Report. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2014_en.pdf (дата звернення: 10.10.2022).

REFERENCES:

1. Antonyuk K. V. (2015) Vyznachalni faktory rozvytku suchasnoyi mizhnarodnoyi torhivli posluhamy. [Determining factors of the development of modern international trade in services]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 6, pp. 46–51.
2. Garkavenko S. S. (2002) *Marketynh [Marketing]*. Kyiv: Libra, 708 p.
3. Kotler F., Armstrong G., Saunders D. (2006) *Osnovy marketynhu [Fundamentals of marketing]*. Moscow: Izdat. dom "Williams", 942 p. (in Russian)

4. Maksimenko T. V. (2010) Suchasna sfera posluh i osoblyvosti yiyi stanovlennya u tranzytyvnyi ekonomitsi [Modern sphere of services and features of its formation in a transitive economy]. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, no. 1, pp. 68–70.
5. Ostafiichuk Y. (2012) Pidkhody do klasyfikatsiyi posluh u konteksti formuvannya systemy upravlinnya sferoyu posluh [Approaches to the classification of services in the context of the formation of a system of management of the sphere of services]. *Efektivna ekonomika*, no. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=892> (accessed October 10, 2022).
6. Pryshpenko M. V., Prishchepenko V. V. (2005) Tsinnist posluh yak paradyhma stratehiyi rozvytku [The value of services as a paradigm of development strategy]. *Marketynh v Rosiyi i za kordonom – Marketing in Russia and abroad*, no. 2, pp. 109–118.
7. Ryzberg, A., Lozovsky, L. & Starodubtseva, E. (2010) *Sovremennyy ekonomicheskyy slovar'* [Contemporary economic dictionary]. Moscow: INFRA, 512 p. (in Russian)
8. Spetsyfichni rysy mizhnarodnoyi torhivli posluhamy porivnyano z tradytsiynoyu torhivleyu tovaramy [Specific features of international trade in services compared to traditional trade in goods]. Available at: <https://studfile.net/preview/9241588/page:9/> (accessed October 14, 2022).
9. Khmelevska L. (2002) *Osoblyvosti rozvytku maloho pidpryyemnytstva u sferi pobutovoho obsluhovuvannya naselennya Ukrainy* [Peculiarities of the development of small entrepreneurship in the field of household services for the population of Ukraine] Candidate's thesis. Kyiv. (in Ukrainian)
10. The Trade and Development Report Available at: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2014_en.pdf (accessed October 10, 2022).