



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЮРИДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ЯРОСЛАВА МУДРОГО

Електронне видання

КАМІНСЬКА Тетяна Михайлівна

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ СФЕРИ ПОСЛУГ

Конспект лекцій

**Харків
2019**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЮРИДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ЯРОСЛАВА МУДРОГО

Електронне видання

КАМІНСЬКА Тетяна Михайлівна

**ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ СФЕРИ
ПОСЛУГ**

Конспект лекцій

для студентів
другого (магістерського) рівня вищої освіти
галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальності 051 «Економіка»

**Харків
2019**

Камінська Т. М. Економічна теорія сфери послуг: конспект лекцій для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка». Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. 67 с.

*Рекомендовано до видання редакційно-видавничою радою
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого
(протокол № 9 від 16.09. 2018 р.)*

© Національний юридичний університет
імені Ярослава Мудрого, 2019

Лекція 1. ВСТУП В ЕКОНОМІКУ СФЕРИ ПОСЛУГ

1. Макроекономічний та структурний аналіз. національної економіки. Нематеріальна економіка.
2. Світові тенденції реструктуризації національної економіки та її особливості в Україні.
3. Роль сфери послуг у розвитку громадян, бізнес-організацій та національної економіки.
4. Еволюція та предмет економічної теорії сфери послуг.

1. Макроекономічний та структурний аналіз національної економіки

Національна економіка – це соціально-економічна система країни, яка об'єднана спільною територією, державним устроєм, правовими інститутами, єдиним ринком, соціокультурними цінностями і розвивається заради задоволення національних інтересів.

Головним індикатором зростання національної економіки є **валовий внутрішній продукт (ВВП)** – сукупна ринкова вартість кінцевого виробництва товарів та послуг, вироблених у країні за рік. За винятком років кризи, він довготривало зростає в Україні. Так, у 1996 р. він дорівнював 81519 млн грн; 2013 р. – 1454931 млн грн, 2018 р. – 3558706 млн грн.

Структурний потенціал національної економіки є найважливішим резервом економічного поступального розвитку. Так, стає економічне зростання в країнах Західної Європи після Другої світової війни зумовлене глибокими структурними трансформаціями. Чинники формування структури національної економіки різноманітні: історико-технологічні, зокрема НТП, соціально-економічні, географічні тощо.

Макроекономічна структура економіки – це структура ВВП за доходами і витратами, а також співвідношення проміжного та кінцевого виробництва. *Кінцеві* товари та послуги відрізняються від *проміжних* товарів та послуг, які у ВВП не враховуються.

Сума всіх витрат у національній економіці *дорівнює* сумі всіх доходів (див. рис. 1). У статистичній практиці використовується поєднання обох методів заради врахування поми-

лок і похибок під час обчислення ВВП.

Крім того, існує **секторальна структура** національної економіки з такими складовими: сфера, сектор і галузь.

Галузь національної економіки – це вид економічної діяльності підприємства.

Сфера національної економіки – це сукупність підприємств, що виробляють схожі за своєю природою товари та послуги. Тобто вони однакові або аналогічні за специфічними рисами кінцевої продукції.

Сектор національної економіки – систематизовані структурні одиниці, які мають близькі економічні цілі, виконують схожі економічні функції. Наприклад, існують такі сектори: приватний і державний, формальний і неформальний, аграрний, науковий, нефінансовий і фінансовий, первинний, вторинний, третинний тощо.

Первинний сектор створює матеріальні цінності безпосередньо на основі природних ресурсів (сільське господарство, мисливство, лісове господарство, риболовство). Переважає у доіндустріальній системі.

Вторинний сектор охоплює добувну, переробну промисловість, будівництво. Переважає в індустріальній системі.

Первинний сектор + вторинний сектор – це **матеріальне виробництво, або матеріальна економіка**.

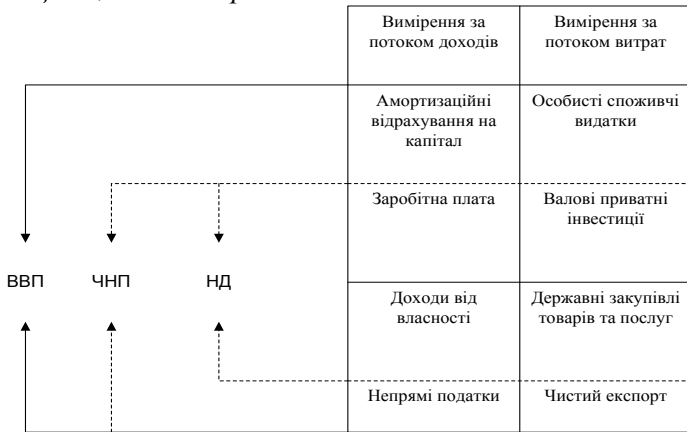


Рис. 1. Складові ВВП за доходами та видатками

Третинний сектор, результати якого не мають «речового» вираження, це сектор послуг, або *нематеріальна економіка*. До нього належать послуги матеріального характеру (транспорт, зв'язок, комунальні послуги, послуги складського господарства), торгівля, фінанси, страхування, соціальні (охорона здоров'я та соціальна робота, освіта та ін.), державне управління, операції з нерухомістю, інформаційні послуги. Переважає в постіндустріальній системі.

За класифікацією засновника теорії постіндустріального суспільства Д. Белла, третинний сектор економіки – це послуги матеріального характеру. Проте, на його думку, абсолютно нематеріальні послуги – це четвертинний (транзакційний) сектор – торгівля, фінанси, страхування, операції з нерухомістю, і також п'ятеринний сектор – послуги особисті, професійні (освіта, охорона здоров'я), ділові і державного управління. Класифікація секторів у науковій літературі «плаваюча» і гнучка. Головним є відображення процесів зростання нематеріальної економіки і скорочення матеріальної.

Нематеріальна економіка – система економічних відносин з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання нематеріальних продуктів та послуг, основу яких складають неречові інформаційні та інтелектуальні ресурси (знання й інформація). Виробництво послуг і духовних цінностей є головним змістом (складовою) нематеріальної економіки.

2. Світові тенденції реструктуризації національної економіки та її особливості в Україні

Вивчення світових тенденцій має велике значення для уряду і бізнесу, бо вони є орієнтирами для прогнозування, стратегічного планування, фінансування, інвестування. Найголовнішими світовими тенденціями реструктуризації національної економіки є такі:

- випереджаюче зростання випуску кінцевого продукту у порівнянні з випуском проміжного продукту;
- випереджаюче зростання третинного сектору у порівнянні з первинним і вторинним. На відміну від початку ХХІ

ст., у трійці найуспішніших компаній світу відзначаються такі, як Apple, Microsoft и Alphabet (Google). Усі вони заробляють на продажі технологій, а не товарів;

- у структурі вторинного сектору – зростання частки машинобудування в загальному обсязі промислового виробництва.

- у структурі третинного сектору – прискорений розвиток освітніх і медичних послуг, професійних і науково-технічних послуг, інформаційно-комунікативного сектору. Останні 5 років обсяги світового ринку інформаційних технологій збільшуються в середньому на 10 % на рік (при середньому зростанні світової економіки в 3-3,5%);

- прискорена інтеграція новітніх послуг у матеріальне виробництво, зростання ролі консалтингу.

Тенденції реструктуризації національної економіки України мають таку специфіку. З одного боку, для неї характерна тривала деіндустріалізація економіки, зниження частки машинобудування у промисловості загалом; з іншого боку, останніми роками – відновлення ВПК, розвиток автомобільного кластеру економіки, пожвавлення індустрії у цілому. Нова індустріальна політика, яку впроваджує уряд – це економічна децентралізація, дерегуляція для бізнесу, підвищення енергоефективності та залучення нових технологій. Для України також характерні зростання питомої ваги третинного сектору економіки за рахунок 1) розвитку традиційних послуг (торгівлі та послуг транспорту, операцій з нерухомим майном); 2) зростання Інтернет- та цифрової економіки, віртуалізації економіки; 3) зростання експорту послуг.

Державна служба статистики, починаючи з 2002 р., проводить статистичне спостереження за діяльністю підприємств сфери нефінансових послуг. Обсяг реалізованих нефінансових послуг складає: у 2010 р. – 227,2 млрд грн, 2012 р. – 292,1 млрд грн; 2018 р. – 804,8 млрд грн. Конкурентоспроможні послуги в Україні: транспорт іТ, Інтернет-торгівля. Проте найбільші прямі інвестиції спостерігаються у фінансові послуги – (страхування) та торгівлю.

3. Роль сфери послуг у розвитку громадян, бізнес-організацій та національної економіки

Роль сфери послуг у соціально-економічному розвитку є багатогранною. Вона має прояв на мікро-, макро- та міжнародному рівні, впливає також на неекономічні процеси, духовне та культурне життя суспільства. Вона стимулює розвиток постіндустріальної системи економіки, нові стандарти життєдіяльності людей. Виокремимо головні аспекти впливу сфери послуг.

Роль сфери послуг для розвитку громадян:

1. Задовольняє потреби у традиційних і нових послугах, які з'являються під впливом НТП та інформаційних технологій, тобто розширює споживчий вибір, виводячи його за межі виключно товарного кошику. Змінюються орієнтири споживання, матеріальні блага втрачають вагу головної цінності для людей.

2. Сприяє збільшенню вільного часу громадян, свободи та демократії; вона є найважливішим важелем сучасної якості життя та суспільного добробуту; забезпечує людський розвиток (особливо послуги освіти та охорони здоров'я). Творча діяльність людей виступає «важкою артилерією» розвитку постіндустріального суспільства.

Роль сфери послуг для розвитку організацій та національної економіки:

1. Поширює обсяг суспільних та приватних ресурсів за рахунок неречових факторів виробництва – знань та інформації, які є невичерпними, нагромаджуються безмежно; існує можливість їх тиражування й розповсюдження у зростаючих масштабах.

2. Є основним драйвером конкуренції та демонополізації економіки. Стимулює розвиток малого бізнесу, зокрема, венчурного бізнесу, спрямованого на здійснення «ризикових проєктів», реалізацію стартапів, і сприяє залученню іноземних інвестицій. Зараз в Україні малий бізнес становить тільки 15 % у загальному

обсязі ВВП, а в розвинених країнах – від 50 до 80 % ВВП.

3. Послуги відносно матеріального характеру (транспорт, торгівля, зв'язок) стимулюють розвиток матеріального виробництва; за оцінками Universal Image Format, один долар інвестицій у транспортну інфраструктуру дає 2 – 3 долари приросту номінального ВВП.

4. Забезпечує збільшення нових робочих місць і через зайнятість впливає на економічне зростання національної економіки. Ризики сучасного постіндустріального виробництва полягають у використанні штучного інтелекту та роботів у матеріальному виробництві, що зменшує попит на робочу силу і кількість робочих місць.

5. Стимулює інноваційний розвиток національної економіки, особливо соціально-культурні, інформаційні та інтелектуальні послуги. Головним фактором постіндустріального виробництва стає інформація, а панівним класом – власники інформації та знань.

6. Скорочує залежність від державної бюрократії, особливо Інтернет-послуги, що сприяє скороченню тіньової економіки.

7. Консультаційні бізнес-послуги покращують пропорції національної економіки, бо передбачають надання кращої інформації для споживачів; проектують оптимальну діяльність фірм, підвищення їх конкурентоспроможності та, у кінцевому рахунку, підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

8. Експорт послуг сприяє структурній перебудові та диверсифікації експорту, зменшенню ризиків від зовнішнього середовища, формуванню активного платіжного балансу.

4. Еволюція та предмет економічної теорії сфери послуг

Сучасна епоха відрізняється зміною співвідношення між матеріальною і нематеріальною економікою на користь другої. Вона характеризується розвитком економічних відносин, пов'язаних з рухом неречових ресурсів, продуктів, послуг, значним зростанням їх ролі у забезпеченні суспільного добробуту.

Поява нематеріальної економіки є прямим наслідком технологічного та постіндустріального розвитку. Еволюція тех-

нологічного розвитку: *доіндустріальний, індустріальний, постіндустріальний* етапи, що формують відповідні економічні системи. Доіндустріальна система домінувала в Європі до середини XVIII ст. Її ознаки: переважання аграрної праці над промисловою, ручної праці над машинною, використання природної енергії сонця, води й вітру. Основний фактор виробництва – земля, панівний клас – землевласники, переважаючі галузі – сільське господарство та видобувна промисловість. Система була панівною аж до перемоги в Англії промислової революції. Слідом за першопроходцем індустріалізацію здійснили всі інші країни.

Індустріальна економічна система існувала у провідних країнах до середини XX ст. Переважно індустріальною залишається економіка багатьох сучасних держав. Ознаки: машинне виробництво, суспільний характер виробництва. Зближення, а потім поєднання наукового й технічного прогресу. Основним фактором виробництва виступає речовий капітал – знаряддя, техніка, робітник підпорядкований машинам, обробна промисловість поступово стає провідною галуззю. Панівна соціальна група – власники капіталу (або підприємці, або держава).

Постіндустріальна економічна система почала розвиватися у найбільш розвинених країнах у середині XX ст. під впливом *НТР*.

Засновник концепції постіндустріального суспільства – видатний американський соціолог *Д. Белл*. Головні праці – «Прихід постіндустріального суспільства» (1973) і «Соціальні рамки інформаційного суспільства» (1980). Виділив ознаки постіндустріального суспільства та роль знань, які залучаються до практичної переробки ресурсів. Тобто саме знання, а не праця виступають джерелом вартості. Запропонував виокремлення четвертинного (трансакційного) сектору – торгівля, фінанси, страхування, операції з нерухомістю, і також п'ятеринний сектор – послуги особисті, професійні (освіта, охорона здоров'я), ділові і державного управління.

Значну роль у розвитку концепції постіндустріального суспільства відіграв американський футуролог і соціолог *Є. Тоффлер*. Це концепція розвитку людської цивілізації, що

представлена у вигляді трьох хвиль – аграрної, індустріальної і суперіндустріальної. Головні праці – «Футурошок» (1970), «Третя хвиля» (1980) і «Зміщення влади» (1990), які складають трилогію.

Крім більш відомого «постіндустріального», з'явилися терміни «технотронне суспільство» (З. Бжезинський), «телематичне суспільство» (Дж. Мартін), «програмоване суспільство» (Б. Турен), «постмодернізм» (Ж.-Ф. Ліотар, «цивілізація послуг» (Ж. Фурастьє), «інформаційне суспільство» (Й. Масуда), «глобальне село» (М. Маклюен), «мережеве суспільство» (М. Кастельс), «плаский світ» (Т. Фрідман), «суспільство знань» (Т. Сакайя), «цифрове суспільство» (Д. Тапскотт) та інші, які на межі ХХ–ХХІ ст. використовуються для опису суспільства, контури якого стали проявлятися під впливом інтелектуалізації. Нові явища постіндустріального суспільства описані також такими дослідниками, як Морис-Сузуки, М. Порат, У. Ростоу.

Одзнаки постіндустріальної економіки: переважає нематеріальна економіка, сфера послуг, головний фактор виробництва – інформація, панівний клас – власники інформації та знань. «Важкою артилерією» розвитку постіндустріального суспільства виступає творча діяльність людей. Змінюється орієнтири споживання, головною цінністю стають не матеріальні блага, а всебічний розвиток людини.

Сьогодні питома вага сфери послуг у ВВП в розвинених країнах дорівнює понад 80 %, а частка зайнятості – понад 70 %. Найбільший приріст – у 1970–1980 рр. (дані ОЕСР).

Аж до ХХ ст. сфера послуг майже не вивчалася науковцями. Меркантилісти розглядали зовнішню торгівлю та золотодобування як джерела збагачення держави; фізіократи – землю та сільське господарство, класична політична економія А. Сміта і Д. Рікардо – матеріальне виробництво. Загальним для них було виключення послуг зі складу багатства держави і суспільства. Чому? Досліджували доіндустріальну та індустріальну стадії розвитку.

Жан-Батист Сей (1767–1832), представник французької економічної думки багато уваги приділяв корисності праці,

яка створює матеріальні та нематеріальні блага. На його думку, послуги корисні так само, як і матеріальні продукти, оскільки створюються за допомогою трьох основних факторів виробництва. *Ф. Бастія* (1801–1850) у праці «Економічні гармонії» підтримував Ж-Б-Сея і показав, що факт надання послуги відображає не тільки її корисність, а й цінність. Послуга, за *К. Марксом*, є ні що інше, як «особлива споживча вартість ... Праця надає послуги не тільки в якості речі, а й в якості діяльності. Праця, задіяна у сфері послуг, є продуктивною, тому що створює дохід».

Сучасні американські вчені розглядають послуги в ракурсі суспільних благ, тобто як частину економічних відносин, які складаються у процесі нематеріальної праці. К.Р. Макконнелл і С.Л. Брю, автори відомого у світі підручника з економічної теорії, трактують послугу як щось неосяжне (невидиме), в обмін на яку учасник економічної діяльності (споживач, фірма або уряд) готовий надати будь-яку цінність.

Усі представники економічної думки послідовно дійшли висновку, що економічні відносини складаються у процесі виробництва не тільки матеріальних, а й нематеріальних благ.

Економічна теорія сфери послуг вивчає: економічні відносини між людьми, що виникають у процесі надання та споживання нематеріальних благ; закономірності (тенденції) розвитку сфери послуг; оптимальний вибір обмежених матеріальних і нематеріальних ресурсів заради задоволення зростаючих індивідуальних та суспільних потреб у послугах.

Особливості економічних відносин у нематеріальній економіці зумовлені змінами контенту власності. По-перше, права власності на послуги важко встановити (специфікувати). Переваги: не можна приватизувати інтелектуальний ресурс, мінімум рейдерства та тиску бюрократії, економіка швидше розвивається. Вади: важко виписати законодавство, формальні правила поведінки надавачів послуг, багато прогалин. По-друге, здійснюється соціалізація власності на інформаційний та інтелектуальний продукт, оскільки їх існування має сенс лише за умов колективного споживання (Інтернет, наукова інформація, програмний продукт). Поступово долається відчуження працівника від засобів виробництва та готового продукту.

Головні види *нематеріальних ресурсів* – це інформаційні та інтелектуальні ресурси, тобто весь наявний обсяг інформації в економіці; весь обсяг знань, зафіксований на матеріальних носіях (книга, журнал, матеріали конференцій, диск тощо), формалізовані знання – патенти, наукові твори, раціоналізаторські пропозиції; професійні якості кваліфікованих працівників.

Відмінності нематеріальних ресурсів від традиційних, які обмежені у порівнянні з потребами людей:

- вони є невичерпними через значний обсяг знань та інформації, нагромаджуються безмежно; можливе тиражування й розповсюдження у зростаючих масштабах; перешкодою розвитку може бути високі трансакційні витрати або спеціальні заходи з обмеження інформації;

- водночас вони є ще більш обмеженими через використання унікального та дуже рідкісного ресурсу – професійної, кваліфікованої, інтелектуальної праці.

- залишаються одночасно доступними будь-якій кількості людей.

Економічна теорія сфери послуг має взаємозв'язок з менеджментом і маркетингом у сфері послуг. Перша наука досліджує природу, глибинну суть послуг як нематеріального блага, поведінку надавачів та споживачів послуг, закономірності розвитку нематеріального виробництва та глибинні економічні відносини, які там складаються, формує сучасне і нове економічне мислення. Менеджмент та маркетинг послуг (спеціальні економічні науки) розробляють систему практичних методів і правил прийняття управлінських рішень та комплексного дослідження ринку, спираючись на базисні положення економічної теорії сфери послуг.

Економічна теорія акцентує увагу саме на результаті діяльності у нематеріальній формі, тобто розглядає послугу як вид економічного блага. Менеджмент і маркетинг розглядають послугу як процес. Він може бути використаний для створення цінності, але не є самостійною цінністю. Цей процес може з'єднувати покупців і надавачів послуг, постачальників і матеріальні активи підприємства.

Лекція 2. ПОСЛУГА ТА ЇЇ ВЛАСТИВОСТІ. РИНОК ПОСЛУГ

П л а н

1. Сутність та види послуги, її відмінності від товару.
2. Ринок послуг, його структура та інфраструктура.
3. Особливості дії законів попиту та пропозиції на ринку послуг.
4. Асиметрія інформації на ринку послуг.

1. Сутність та види послуги, її відмінності від товару

У науковій літературі існують три основні підходи до розуміння послуг та їх ролі в сучасній економіці. Одні автори не бачать різниці між товаром і послугою, вважаючи її чисто термінологічною, а економіка послуг, на їхню думку, не має практичного значення. Інші автори визнають самодостатність послуги, але при цьому описують тільки зовнішню форму з метою рекомендацій щодо формування комплексу маркетингу для фірм. Насправді, дуже важливо дослідити саме сутність, відмінності від готових продуктів, що має також практичне значення.

Послуга – це економічна діяльність та її специфічний результат, який не набуває речової форми і втілюється в корисному ефекті для споживача. Послуги є діяльністю, виробництвом, процесом і результатом водночас. Корисний ефект, який досягається завдяки наданню послуги, є критерієм якості послуги. При цьому мається на увазі необхідний для споживача ефект, що зовсім не означає абсолютну корисність будь-якої послуги. Наприклад, з фізіологічної точки зору куріння не є корисним. Іноді корисний ефект може настати лише після закінчення часу (медичні послуги, консалтинг).

Результат може бути кінцевим або проміжним, коли послуга стає ресурсом для подальшого використання у виробничій діяльності (наприклад, кредитування, страхування, перевезення тощо).

За класифікацією ООН виділяється понад 160 видів послуг, які згруповані у 12 розділів:

- 1) ділові послуги – 46 видів;
- 2) послуги зв'язку – 25 видів;
- 3) інжинірингові та будівельні послуги – 5 видів;
- 4) дистриб'ютерські послуги – 5 видів;
- 5) загальноосвітні послуги – 5 видів;
- 6) послуги із захисту довкілля 4 види;
- 7) фінансові послуги, зокрема страхування – 17 видів;
- 8) охорона здоров'я та соціальні послуги – 4 види;
- 9) туризм і подорожі – 4 види;
- 10) послуги у сфері організації дозвілля, культури і спорту – 5 видів;
- 11) транспортні послуги – 33 види;

Існують відносно *матеріальні* та абсолютно *нематеріальні* (чисті) послуги. У доіндустріальному суспільстві матеріальні послуги – транспорт, зв'язок, комунальні та будівельні послуги, послуги складського господарства. Абсолютно нематеріальні послуги переважають у постіндустріальному суспільстві – фінанси, страхування, операції з нерухомістю соціально-культурні послуги, ділові і професійні послуги, державне управління, особисті послуги. У структурі нематеріальних послуг найбільш стрімко розвиваються *інтелектуальні* та *інформаційні* послуги.

Послуги можуть бути *комерційними (ринковими)* та абсолютно *некомерційними (неринковими)*. Перші є об'єктом купівлі-продажу (подібно товарам), надаються на платній основі за цінами, що покривають витрати та забезпечують прибуток. Другі надаються на безоплатній основі, фінансуються за рахунок бюджету або громадськими організаціями.

З точки зору споживача, послуги є такими: *побутові, особисті* (домогосподарства); *ділові, бізнес-послуги* (підприємства), *управлінські та адміністративні* (державна), *суспільні послуги*. Так, у IV квартал 2018 р. надали послуг на 216,5 млрд грн, із них населенню – 20,8 %, підприємствам – 67,9 %, іншим споживачам – 11,3 %.

Послуги мають суттєві особливості у порівнянні з готовим продуктом. Серед них головними є такі:

1. Невідчутність послуг. Як наслідок: їх віртуалізація (навіть ще до виникнення Інтернет-послуги), більші можливості для тіньової економіки; складніші фінансово-економічна оцінка якості послуг, визначення її собівартості та ціни продажу. По-перше, вона можлива тільки після надання послуги; по-друге, часто послуга є складовою відтворення матеріального продукту. Тому є певні проблеми для статистики офіційно наданих послуг, частина яких потрапляє у тіньову економіку. По-друге, якість послуг важче, ніж якість продуктів, продемонструвати клієнтам. Невідчутність зорієнтована на авансовану довіру споживача виробнику послуги, що часто ускладнює процес споживчого вибору і підвищує суб'єктивність оцінки.

2. Нерозривність виробництва, продажу і споживання послуг. Як наслідок, з одного боку спостерігається великий вплив поведінки споживача на ефективність обслуговування, пряма залежність отриманого ефекту від компетенції безпосередніх користувачів (наприклад, на ринку юридичних і консалтингових послуг); з іншого боку – зайве керування клієнтами процесом надання будь-яких послуг.

Щоправда, в інформаційній економіці ця риса послуг деформується, стає неабсолютною. Виробництво і споживання послуг можуть не збігатися за часом, тому що надаються не тільки в реальному, а й on-line режимі.

3. Високий ступінь індивідуалізації послуги, зокрема, в охороні здоров'я та освіті; невіддільність від виконавця, висока роль людського фактору в кінцевому результаті і мінливість якості. У цьому випадку для організації бізнесу важливу роль відіграє стандартизація послуг, наприклад, медичних. У багатьох країнах надання послуг вже здійснюється роботами.

4. Нездатність до збереження послуг, яка супроводжується такими ризиками: коливання попиту, ризик втрати доходу для виконавця (вартість втраченого часу, як правило, включаються в ціну послуги), дефіцит послуг і черги.

5. Локальність, або орієнтація на регіональну аудито-

рію. Це свідчить про високу роль місцевих органів влади і відповідає світовій тенденції децентралізації економіки, розвитку державно-приватного партнерства. Сучасна тенденція – електронне постачання послуг, миттєва доставка по всьому світу, подолання локальності послуг.

6. Нерозривність виробництва і експорту послуг, відсутність процесу транспортування між країнами, митного контролю. Це зменшує витрати, проте складніше досліджувати міжнародний попит і пропозицію послуг. На якість експортованої послуги впливає також ступінь її відповідності мовному та культурному середовищу споживача, тому послуги важче піддаються інтернаціоналізації, ніж товари.

Незважаючи на особливості послуг, вони рухаються подібно товарам.

Життєвий цикл послуг: послідовна зміна стадій проектування послуг, їх апробування та пропонування на ринку, зростання, зрілість, насичення ринку і спаду. Цей процес має часовий вимір, оскільки послуги застарівають, тож їх належить замінювати, а нові з'являються – їх слід впроваджувати.

2. Ринок послуг і його структура

Ринок послуг – це сегмент загальної ринкової системи економіки, що забезпечує зв'язки між надавачами та споживачами послуг, а також торговими посередниками, які зумовлені їхніми економічними інтересами.

Суб'єктами ринку послуг є покупці, продавці, торгові посередники (домашні господарства, підприємства, держава). Саме надавачі (продавці) послуг здійснюють економічний вибір, пов'язаний з використанням обмежених ресурсів.

Наприклад, суб'єктами ринку консультаційних послуг є консультанти (фізичні і юридичні особи), що надають на платній основі консультаційну допомогу з метою або підвищення ефективності й конкурентних переваг фірм, або задоволення потреб індивідуального споживача.

Об'єкти ринку – це різні види послуг відповідно до видів економічної діяльності.

Ринок послуг має низку *переваг* у порівнянні з ринком товарів. Абсолютна монополія тут є менш вірогідною, домінує ринок монополістичної конкуренції (більш конкурентний і гнучкий). Ринок послуг сприяє підвищенню якості та поширенню пропозиції субститутів, розширенню асортименту послуг, збільшенню еластичності попиту та зменшенню цін. Він забезпечує більш динамічне переміщення ресурсів з нерентабельного бізнесу до прибуткового, бо на ринку послуг менше обмежень, а також стимулює інноваційний розвиток економіки (особливо соціально-культурні, інформаційні та інтелектуальні послуги), скорочує бюрократію (особливо Інтернет-послуги). Консультаційні бізнес-послуги сприяють макроекономічній рівновазі в національній економіці, бо передбачають надання кращої інформації для її учасників; вони вишукують для підприємців оптимальні бізнес-моделі розвитку.

Проте ринок послуг більш схильний до тіньової економіки, ніж ринок товарів; він не стимулює надання некомерційних, соціально-культурних послуг та розвиток соціальної інфраструктури, відтворює асиметрію інформації, особливо на ринку медичних та консалтингових послуг. Це є *вади* ринку послуг. З огляду на необхідність їх усунення, а також регулювання ринку послуг особливу роль виконує держава. Вона створює набір правил економічної поведінки для всіх надавачів послуг та державний сектор суспільних послуг.

У сучасних умовах важливим є розуміння структури ринку послуг, бо структурні реформи є запорукою підвищення ефективності національної економіки. *Структура ринку послуг* – це розташування окремих його сегментів (субринків), їх співвідношення у загальному обсязі ринку. Критеріями сегментування ринку є такі: *географічний* (місцевий ринок, або локальний, національний, регіональний, світовий ринки); *за характером конкуренції* – вільна конкуренція, монополія, олігополія, ринок монополістичної конкуренції; *за суб'єктами* – ринок покупців (попит перевищує пропозицію), продавців (навпаки, пропозиція перевищує попит), ринок посередників.

За ступенем легальності ринок сегментують на *офіційний і неофіційний (тіньовий)* ринок. У свою чергу, тіньовий

ринок послуг поділяється на два сектори:

➤ **неформальний сектор**, який складається з двох сегментів:

– послуги, що не є протиправними, проте які важко врахувати офіційною статистикою і оподаткувати (послуги домашнього господарства, торгівля продуктами присадибних ділянок, ремонт, надання послуг на непостійній основі, догляд за дітьми, чайові);

– **«сіра» економіка послуг (прихована економіка)** – легальна економічна діяльність, яка не суперечить законодавству щодо мети виконання, але передбачає ухиляння від сплати податків та інших обов'язкових платежів, прибутки не фіксуються у статистичній звітності та не контролюються у повному обсязі.

➤ **«чорна» економіка» послуг (підпільна, протизаконна діяльність)** – торгівля людьми, шахрайство, наркоторгівля, підпільні медичні послуги, підпільні казино і заборонені ігрові апарати, розповсюдження неправдивої інформації, секс-послуги, дитяча порнографія, стягнення коштів із надавачів послуг в обхід законів тощо).

Статистика України використовує структуру ринку послуг *відповідно до видів економічної діяльності*: транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; оптова та роздрібна торгівля; організація харчування; інформація та телекомунікації; операції з нерухомим майном; фінансові послуги, страхування; професійна, технічна та наукова діяльність; рекламна діяльність та дослідження кон'юнктури ринку, ветеринарна діяльність; діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (оренда, прокат, лізинг, діяльність із працевлаштування, послуги туристичних агентств, обслуговування будинків і територій, охоронних служб, адміністративні послуги тощо); освіта; охорона здоров'я та надання соціальної допомоги; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок; інші послуги. Перспективною є тенденція розвитку високотехнологічних, професійних послуг в Україні, послуг освіти та охорони здоров'я.

3. Особливості дії законів попиту та пропозиції на ринку послуг

Специфіка послуги у порівнянні з товаром зумовлює особливості дії законів попиту і пропозиції на ринку послуг. Так, **попит на послуги** формується, головним чином, під впливом не стільки ціни, скільки корисності для споживача, потенційної вигоди. Тобто на перший план виходять нецінові чинники попиту, а саме:

- *якість* послуги, її гарантованість, надійність, збалансованість із ризиком (фізичним, моральним, фінансовим); відповідність до національних і міжнародних стандартів; розуміння специфічних потреб і специфічної поведінки споживача;

- *компетентність і репутація надавача, довіра до нього, культура та морально-етичні норми його поведінки*. Ці якості формують соціальний капітал фірм, що надають послуги. Втрата репутації надавачів безпосередньо призводить до зниження їх конкурентних переваг на ринку. *Сучасна тенденція в Україні – зростання стратегій консалтингу, спрямованих на репутацію фірми, якість продукту; спеціалізацію;*

- *мода на певні послуги або ажіотаж* завдяки змові олігополістів, чуткам;

- *доступність* послуг територіально, за часом надання, у людському сенсі (легкий та приємний контакт з робітниками фірми – провайдера послуг), у соціально-економічному сенсі (рівний доступ до суспільних послуг);

- *ефективний маркетинг* (наприклад, дієвість реклами і форм просування послуг, їх безпека, розвинена комунікація з клієнтами);

- *вплив споживача на майбутню послугу*: у процесі надання послуги необхідно налагодити хорошу взаємодію з клієнтом, показувати йому проміжні результати і враховувати його думку;

- *переключення попиту на товари-субститути* (транспортні послуги: поїзд – літак - автобус; рекреаційні та оздоровчі послуги);

- *зростання доходів громадян;*

– *комплексність послуг, зміна цін на взаємодоповнюючі послуги*: продаж комп'ютерів – сервісне обслуговування; базові туристичні послуги (проживання в готелі), екскурсії. Супутні послуги не є окремим об'єктом купівлі-продажу, і попит на них є похідним від цін і попиту на основну послугу, але вони підвищують привабливість основних послуг;

– *зміна цін на послуги-субститутути*: цей чинник має суперечливу дію. З одного боку, ринок послуг більш конкурентний, тобто кількість субститутів та вплив цін на них більший, ніж на ринку товарів; з іншого боку, завдяки індивідуалізації послуг та праці їх кваліфікованого надавача виникає складність взаємозамінності послуг. Ексклюзивні послуги вузького спеціаліста (лікаря, адвоката, консультанта) взагалі втрачають можливість заміщення аналогами;

– *зміна структури населення* (наприклад, його старіння, яке супроводжується зростанням попиту на послуги лікарень, хосписів, але іноді – на подорожі, фітнес, послуги, пов'язані з волонтерством);

– *сезонність послуг*: надання туристичних послуг влітку потребує більшої кількості співробітників туристичних агентств ніж узимку. Так само й під час збирання врожаю;

– *особливості нецінового фактору в Україні* – зростання стратегій бізнесу, спрямованих на відносини з урядом, доступ до фінансових джерел (цільове фінансування). Широко проявляються на ринку консалтингу. Має значення також еластичність попиту за ціною: низька еластичність характерна для послуг лікарів, особливо на невідкладну медичну допомогу; висока – для консультування. Деякі малі підприємства взагалі не використовують послуги консультантів, бо вони дуже витратні для них.

На *пропозицію послуг* теж істотно впливають нецінові чинники: *субсидування виробництва* послуг ЖКГ; *раціоналізація джерел ресурсів* (енергетичних, трудових, матеріальних) та *економія на витратах виробництва, нові технології*. Нездатність до збереження послуг дозволяє виробникам мінімізувати оборотний капітал (витрати на утримання складських приміщень, зберігання, охорону, закупівлю сировини). Завдяки за-

провадженню нових технологій у хірургії скорочується строк перебування хворого у стаціонарі, а отже, збільшується пропускної здатність койко-місць.

4. Асиметрія інформації на ринку послуг

Асиметрія інформації (AI) на ринку означає таку ситуацію, за якої одні учасники контрактних (договірних) відносин володіють більшою часткою інформації, ніж інші. Контракти можуть бути формалізовані (письмові) і неформалізовані (мовчазні угоди).

Відсутність повної інформації говорить про недосконалість ринків, бо цінові сигнали не відображають реального стану справ, та відповідно високі трансакційні витрати, яких зазнає бізнес. Ринок досконалої конкуренції (з повною інформацією про умови ринку) є лише ідеальною теоретичною моделлю.

AI існує на ринку не тільки послуг, а й товарів, на ринку праці й капіталу. Проте ступінь AI на ринку послуг навіть вища, ніж на ринку товарів. Чому?

1. Оцінка якості споживачем послуги можлива тільки після її надання. Ви не можете, так би мовити, пощупати послугу до її покупки, порівняти з іншими пропозиціями, поміряти, оцінити наслідки споживання.

2. Тіньова економіка на ринку послуг більш поширена через їх віртуалізацію, яка обумовлена економічною природою послуг і посилюється із розвитком Інтернету, тому є певні проблеми для статистики послуг.

3. AI вища саме на ринках з високою концентрацією виробництва, а цей рівень на ринку послуг у середньому нижчий, ніж на ринку товарів (за винятком послуг природних монополій), бо вони більш конкурентні.

На кожному окремому ринку послуг існують додаткові причини AI.

На фінансовому ринку страхові компанії збільшують ціну медичного страхування, щоб «відсікти» незаможних і хронічно хворих людей. Торгівля цінними паперами супроводжується неповною інформацією для інвесторів про їх якість та

іпотечні кредити, що стоять за ними. На ринку туристичних послуг АІ пов'язана із багатосторонніми зв'язками між постачальниками послуг (туристичних агентств, операторів, готелів, авіакомпаній), а також бажанням споживачів подорожувати до певних географічних територій і сезонністю.

Ринок консультування (і світовий, і український) дуже монополізований (у порівнянні з іншими ринками послуг) і за кількістю постачальників послуг, і за географічною ознакою. Декілька аудиторських компаній в Україні виконують понад 60 % продажів аудиторських та консалтингових послуг у загальному обсязі. Цей чинник впливає на АІ на ринку консультування. Існують також інші чинники.

Виявлення причино-наслідкових зв'язків між певними діями консультантів та ефектом (прямим і непрямим) дуже ускладнене, стандартизація послуг практично відсутня, пролонговані консалтингові проекти схильні до накопичення результатів протягом тривалого часу. Провідні підприємці усе це враховують і беруть активну участь у діяльності консультантів. Знання клієнтів, їх здатність до засвоєння та правильного використання рекомендацій становить основу довіри до консультантів.

Найяскравішим прикладом АІ є ситуація на ринку медичних послуг, коли пацієнти зазнають обмеження прав на інформацію про зміст і якість лікування.

Вони здебільшого не мають медичної освіти, а в екстрених нещасних випадках взагалі не здатні думати і приймати оптимальне рішення. Здогадатися про хворобу до появи її симптомів хворі люди теж не можуть, це справа досвідченого діагноста. Одержання інформації з минулого досвіду у них також обмежені (у порівнянні з купівлею звичайного товару), бо не завжди захворювання повторюються і мають однакові прояви. Проте лікар, навпаки, може свідомо не інформувати хворого про всі наслідки медичних процедур або додавати зайві. Його авторитет для пацієнта значно вищий за авторитет продавця на звичайному ринку. Тому недобросовісна поведінка лікарів та ігнорування клятви Гіппократа мають сумні наслідки.

Один з нещодавніх зарубіжних випадків, який оприлюд-

нили ЗМІ: американський онколог з Детройта призначав без потреби пацієнтам курси хіміо- та променевої терапії. Від його дій постраждало понад 500 хворих. Згодом у нього було конфісковано понад 17,6 млн доларів, отриманих за лікування від страхових компаній.

Протидією АІ на ринку медичних послуг є розвиток страхування та страховий захист пацієнтів.

В Україні соціального обов'язкового медичного страхування не існує, тому для підприємців, що опікуються якістю людського та інтелектуального капіталу фірми, важливим завданням є участь у добровільному медичному страхуванні, яке зараз досить швидко розвивається.

До речі, розвиток ринку інформаційних послуг є чинником зниження АІ.

Лекція 3. РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПОСЛУГ

П л а н

1. Змішана економіка та роль держави у регулюванні ринку послуг.
2. Корпоративне і громадське регулювання сфери послуг.
3. Розвиток та наднаціональне регулювання світового ринку послуг.
4. Типи зовнішньоторговельної політики держави на ринку послуг.

1. Змішана економіка та роль держави у регулюванні ринку послуг

Економічна роль держави у ринковій економіці системно стала проявлятися у першій третині ХХ ст. До цього часу існувала така економічна система, як *«чистий» (класичний) капіталізм*. Для нього характерні такі ознаки: приватна власність на ресурси і готовий продукт, *вільна конкуренція та вільне ціноутворення, саморегулювання, прямі зв'язки між виробника-*

ми і споживачами. Державне регулювання ринку відповідає системі *змішаної економіки*, яка виросла з чистого капіталізму і набула таких ознак: розмаїття форм власності, конкуренція і антимонопольна діяльність уряду, ринкове ціноутворення з елементами державного, підтримання високої якості життя людей та економічної безпеки всієї держави тощо.

Змішана економіка відрізняється від *адміністративно-командної економіки*, яка була притаманна СРСР і характеризувалася беззаперечною монополією державної власності на ресурси і готовий продукт, плановим ціноутворенням, відсутністю конкуренції, переважанням монополізму виробництва і дефіцитом товарів/послуг тощо.

Державне регулювання ринку послуг спрямоване на ефективне використання обмежених ресурсів суспільства з метою сталого інноваційного розвитку національної економіки та зростання добробуту громадян. Держава компенсує «провали» вільного ринку, вона його не заміщує, а доповнює.

Суб'єкти державного регулювання сфери послуг – органи законодавчої і виконавчої, місцевої і судової влади, а також Центральний банк (Національний банк України), АМКУ, Державна фіскальна служба та ін.

Економічні функції держави на ринку послуг, по-перше, передбачають задоволення потреб громадян у *суто суспільних послугах*, які споживаються колективно всіма громадянами, незалежно від того, платять за нього споживачі чи ні. На відміну від держави, ринковий механізм забезпечує задоволення попиту на суто приватні послуги, кожна одиниця яких може бути продана за окрему плату.

Характеристики суспільної послуги такі: невибірковість у споживанні; відсутність виключення із споживання для жодного громадянина; колективність споживання. Суто суспільні послуги не можуть бути поділені на одиниці споживання і продані частками. Прикладом суто суспільних послуг можуть бути національна оборона, державне управління, охорона правопорядку. У певному сенсі інформація та знання (насамперед, не об'єктивоване) мають властивості суспільного блага: доступ до них важко обмежити або таке обмеження потребуватиме надмі-

рних витрат; багато людей можуть мати одну й ту саму інформацію одночасно і при цьому факт наявності інформації у однієї особи не зменшує ступінь володіння інформацією для інших осіб.

Існують також послуги, які мають ознаки як суто приватних, так і суто суспільних благ, таких як, наприклад, освіта, охорона здоров'я. Держава визначає міру своєї участі в забезпеченні громадян цими послугами. Вона створює державний сектор у сфері послуг, фінансує їх надання, тобто виступає як виробник суто суспільних послуг. Надання пріоритету на законодавчій підставі приватній або ж суспільній медицині, освіті, культурі є питанням політичного вибору.

По-друге, економічними функціями держави на ринку послуг є регулювання *зовнішніх ефектів (екстерналій)* від ринкових трансакцій. Вони є негативними, якщо діяльність певного ринкового суб'єкта супроводжується витратами сторонніх осіб, і позитивними, якщо такі особи отримують певні вигоди. Наприклад, на ринку медичних послуг держава має встановити перешкоди для розповсюдження інфекційних захворювань, бо негативні екстерналії (небезпека заразитися та захворіти) дуже висока.

По-третє, держава стимулює конкурентне середовище на ринку послуг, підвищує ефективність ринкових інститутів, запобігає монополізації ринку. Вона стимулює розвиток пріоритетних сегментів ринку послуг, встановлює жорсткий контроль за порушеннями норм законодавства щодо проявів недобросовісної конкуренції.

По-четверте, держава захищає споживачів, мінімізує асиметрію інформації про якість послуг, підтримує довіру до добросовісних надавачів послуг. Вона здійснює сертифікацію послуг, налагодження роботи із перевірки їх якості та відповідності стандартам, упроваджує систему вирішення спірних питань, надає споживачам фінансових послуг повну та достовірну інформацію про діяльність фінансових установ; закріплює на законодавчому рівні гарантії забезпечення прав споживачів щодо отримання страхових виплат. Держава проводить ліцензування професійної діяльності певних надавачів послуг, ауди-

торську перевірку за рішенням господарського суду. На ринку фінансових послуг держава здійснює ведення державних реєстрів фінансових установ, нагляд за їх діяльністю. Крім того, сприяє інтеграції ринку послуг на європейський та світовий ринки.

Водночас держава (уряди) мають певні *вади* на ринку послуг. До них належать такі: неспроможність забезпечити ефективний розподіл суспільних ресурсів на користь суспільних послуг, недостатнє фінансування охорони здоров'я, освіти, культури, науки; і, навпаки, надмірна виплата субсидій населенню, допомоги, пільг на послуги, що породжує утриманство. Ієрархія та бюрократія, які притаманні державним структурам, гальмують утілення важливих рішень у нематеріальній економіці (іноді відчутніше, ніж у матеріальному виробництві). Це призводить до порушення економічної свободи та принципу індивідуалізації послуг.

Контрпродуктивна поведінка державних монополій на ринку ЖГХ, лобізм прийняття рішень на їх користь призводить до збільшення тарифів на послуги. Іноді уряди неспроможні виявити особливо вразливих споживачів послуг, які відрізняються від загальної маси. Зважаючи на невідчутність та індивідуальність послуг, держава часто їх «не бачить».

Мінімізувати недосконалість держави та ринку в розвитку сфери послуг може державно-приватне партнерство. Це поєднання ресурсів, фінансових коштів, знань, професійного досвіду державою і приватним сектором з метою зниження витрат, підвищення якості послуг та ефективності використання державної власності. Наприклад, стимулюванням експорту послуг у країнах займаються державні агентства, які мають представництва за кордоном. Як демонструє закордонна практика, найуспішнішими є ті агентства, які управляються практиками із приватними сектора, але вони отримують державну підтримку. Здійснювати фінансування тільки за рахунок приватних коштів проблематично, оскільки просування експорту належить до суспільних благ з великою кількістю зовнішніх ефектів, які важко передбачити. Це можуть бути регіональні та республіканські центри, центри кластерного розвитку, центри інжинірингу, сер-

тифікації та стандартизації.

2. Корпоративне та громадське регулювання сфери послуг

Корпоративне регулювання сфери послуг – це чинення впливу великих національних і транснаціональних корпорацій на розподіл і використання ресурсів нематеріальної економіки, структуру та інфраструктуру національного ринку послуг, їх динаміку в національній економіці, експорт та імпорт. *Суб'єкти* корпоративного регулювання – це концерни, конгломерати, консорціуми, корпоративні союзи, стратегічні альянси тощо. Мета корпоративного регулювання – протидія стихії ринку, послаблення його «провалів» та водночас компенсація недосконалостей державної ієрархії.

Корпоративне регулювання має певні переваги, тому що стимулює новітні бізнес-послуги, прогресивну перебудову третинного сектору. Великі фірми концентрують значний обсяг фінансових та інтелектуальних ресурсів для досліджень і випробувань (спрацьовує позитивний ефект масштабу і, як наслідок, зниження середніх витрат виробництва). Великі компанії мають неосяжні можливості для інвестування, зайнятості і зростання доходів найманих працівників. Вони здійснюють ефективний внутрішньофірмовий менеджмент та маркетинг послуг, впроваджують оптимальні моделі логістики, залучають високопрофесійних спеціалістів. ТНК сприяють передачі технологій на ринку послуг від розвинених ринків до периферії, створюють за кордоном тисячі робочих місць у сфері послуг, впроваджують нові їх види для місцевих мешканців.

У той же час корпоративне регулювання має певні вади, як-от: схильність до монополізму, особливо у світовій торгівлі послугами; агресивна поведінку щодо споживачів і конкурентів (наприклад, природні монополії); тиск на малий і середній бізнес, недобросовісна конкуренція. Часто корпорації використовують недоліки національних законодавств у своїх бізнес-інтересах, сприяють олігархізації та корупції, нерідко ігнорують соціальні стандарти.

Громадське регулювання сфери послуг – це діяльність

неурядових некомерційних організацій, що спрямована на задоволення потреб людей і суспільства у цілому. *Суб'єкти* громадського регулювання – це громадські організації, професійні союзи та асоціації, спілки споживачів, трудові колективи, релігійні організації.

Громадське регулювання сфери послуг має певні переваги, тому що ставлять за мету не отримання прибутку, а місію, соціальну мотивацію, виявляють проблеми задоволення соціально-культурних послуг для найбільш уразливих верств населення; забезпечують диверсифікацію джерел фінансування соціально-культурної сфери (членські внески, добровільні пожертвування, гроші від підприємницької діяльності додаються до бюджетного фінансування і грошей соціально відповідального бізнесу); задовольняють ті потреби громадян, які держава через свою громіздку ієрархію залишає поза увагою. Громадське регулювання сприяє децентралізації та розвитку локальних ринків послуг, активізації людських ресурсів, творчого й інтелектуального капіталу суспільства, зростання відповідальності бізнесу (захист споживачів) у сфері послуг, контролю дотримання чиновниками вимог законів.

Водночас громадське регулювання має певні вади, а саме: дуже обмежені ресурси для діяльності (у порівнянні з державою та великими підприємцями); малий коридор можливостей, залежать від тиску заінтересованих сторін, ідеологічних та політичних пристрастей спонсорів.

Поєднання усіх видів регулювання сфери послуг – державного, корпоративного і громадського – примножує ефективність її розвитку.

3. Розвиток та наднаціональне регулювання світового ринку послуг

Світовий ринок послуг – це система економічних відносин з приводу експорту-імпорту послуг відповідно до міжнародного попиту та міжнародної пропозиції.

Суб'єкти пропозиції послуг на світовому ринку: держави (уряди і місцеві органи влади), ТНК, міжнародні організації,

національні фірми, що експортують і імпортують послуги; центральні та комерційні банки, що діють у глобальному масштабі, фізичні особи (підприємці, наймані робітники);

Суб'єкти попиту на послуги на світовому ринку: держави, фірми, підприємці, туристи, громадяни різних країн.

Світова організація торгівлі (СОТ) вважає, що постачання послуг через кордон передбачає чотири випадки: а) торгівля відбувається з території однієї країни на територію іншої країни (транспорт, зв'язок); б) переміщення споживача послуг до країни їх виробника (туризм, освіта тощо); в) тимчасове переміщення фізичної особи – постачальника послуг за кордон (певних професіоналів: консультантів, інженерів, лікарів); г) комерційна присутність постачальника послуг на території іншої країни (банківські, страхові, аудиторські, консультаційні, рекламні та інші послуги).

Види міжнародних послуг

Класифікація МВФ: транспорт; подорожі, зв'язок, будівництво, фінансові послуги, зокрема страхування, комп'ютерні та інформаційні послуги, роялті та інші ліцензійні платежі, інші бізнес-послуги (правові, рекламні тощо), ліцензійні культурні та рекреаційні послуги, урядові послуги.

Класифікація Світового банку: факторні послуги, які включають платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва (доходи та інвестиції, роялті та ліцензійні платежі, зарплата нерезидентам); нефакторні послуги, які включають решту видів послуг (транспорт, подорожі та інші нефінансові послуги).

Класифікація СОТ включає понад 600 різновидів послуг: комунальні послуги та будівництво; оптова та роздрібна торгівля, ресторани та готелі, транспортування, зберігання та зв'язок і фінансове посередництво; оборона, охорона здоров'я та громадські роботи; інші комунальні послуги, соціальні та особисті послуги. Базується на Міжнародній стандартизованій промисловій класифікації, яка прийнята ООН. Саме ця класифікація використовується під час переговорів про лібералізацію

міжнародної торгівлі послугами в рамках ГАТС.

Світовий ринок послуг розвивається швидкими темпами завдяки таким чинникам, як: інтернаціоналізація та глобалізація економіки; поглиблення міжнародного поділу праці; розвиток НТП і інформаційних технологій (зумовлюють появу нових видів послуг); формування і розвиток регіональних ринків та економічна інтеграція; стрімкий розвиток галузей матеріального виробництва (промисловості, сільського господарства, будівництва), які потребують адекватного розвитку відносно матеріальних послуг (транспорту, зв'язку, торгівлі) і чистих спеціальних послуг (банківських, страхових, юридичних, інформаційних, маркетингових тощо). До цього ж значний вплив на активізацію світового ринку послуг справили економічне піднесення в розвинених країнах у 1982–1990 рр., на початку ХХІ ст. та у 2015–2018 рр.; стале економічне зростання країн азійського регіону, яке супроводжувалося масштабними інвестиціями; соціалізація економіки в багатьох країнах світу, збільшення вільного часу та зростання добробуту населення, що, в свою чергу, стимулює розвиток туризму (зокрема, медичного), освіти, спорту, культури тощо.

Чому міжнародна торгівля послугами розвивається вищезгаданими темпами (у порівнянні з ринком товарів)?

1. Цей тренд є логічним продовженням тривалої структурної перебудови постіндустріальних національних економік на користь інвестицій у сферу послуг, скорочення частки промисловості у валовій доданій вартості (ВДВ) і збільшення частки сфери послуг. У 2017 р. частка послуг у ВДВ у ЄС у середньому складала 73,33 %. Питома вага торгівлі між країнами постіндустріального світу перевищує цей показник у світі у цілому, тому тенденція до поширення частки обміну послугами набирає обертів. До цього процесу стрімко долучаються країни наздоганяючого розвитку. Так, за даними СОТ, у 2017 р. сумарний експорт послуг Китаю, Індії та Сінгапуру склав майже 600 млрд доларів.

2. Нерозрівність виробництва, експорту і споживання послуг скорочують трансакційні витрати на укладання угод. Якщо експорт (імпорт) товарів зазвичай потребують зустрічі

продавця й покупця, то послуг – ні, що прискорює процес.

3. Ресурс конкуренції, притаманний ринку послуг взагалі, вищий, ніж на ринку товарів. На ньому пропонують більшу кількість субститутів, гра цін тут більш строката, ніж на ринку товарів, гостріша конкуренція.

4. Така властивість, як нездатність до збереження послуг, дозволяє фірмам, які експортують послуги, мінімізувати оборотний капітал, скоротити терміни окупності інвестицій і збільшити норму прибутку.

Торгівля послугами виконує позитивну роль і надає додаткові можливості:

– *для країни*: разом з експортом-імпортом товарів формує торговельний баланс і впливає на курс національної валюти; стимулює розвиток національного матеріального виробництва (особливо транспорт, торгівля, зв'язок); сприяє руху новітніх послуг від розвинених країн до периферії, стимулює інноваційний розвиток не тільки багатих, а й бідних країн;

– *для бізнесу*: диверсифікація експорту та імпорту, підвищення конкурентних переваг і стабільності фірми, збільшення прибутку. Інтернет-послуги мінімізують залежність від державної бюрократії і корупційних податків;

– *для споживачів*: можливість широкого вибору не тільки товарів, а й сучасних послуг, які надаються на міжнародному рівні; зміна орієнтирів споживання, а саме матеріальні блага втрачають вагу головної цінності для людей, зростає значущість послуг освіти, охорони здоров'я, туризму, світового транспорту, страхування, інформаційного та комунікаційного секторів, професійних послуг.

Водночас існують сучасні тренди світової торгівлі власне послугами. Головними серед них є такі:

– *формування глобальних ринків послуг*. Найбільші з них – світовий транспорт, ринок сировини, ринок ІТ-послуг, фінансовий ринок і туризм;

– *транснаціоналізація ринків послуг, їх концентрація у внутрішньофірмовому обігу*;

– *географічна реструктуризація зовнішньої торгівлі послугами*: з країн Заходу на Схід, з північних до південних

країн;

– *удосконалення структури торгівлі*: скорочення питомої ваги світового транспорту в експорті послуг як наслідок зменшення питомої ваги сировинних товарів; збільшення частки туризму, фінансових та бізнес-послуг; поширення безготівкової та on-line торгівлі послугами;

Зростає роль наднаціонального регулювання світового ринку послуг. Це, по-перше, угоди у межах міжнародних організацій широкого профілю. СОТ, ЮНКТАД (постійний допоміжний орган Генеральної Асамблеї ООН) є провідними міжнародними організаціями, що регулюють міжнародну торгівлю послугами. Важливу роль відіграє Генеральна угода з торгівлі послугами (GATS), яка була прийнята у середині 1990-х рр. Вона контролює прозорість світового ринку послуг і відсутність дискримінації між постачальниками послуг з числа країн СОТ, підтримує лібералізацію торгівлі. До наднаціонального регулювання відносять також конвенції та угоди у межах спеціалізованих міжурядових організацій (Організації міжнародної цивільної авіації, Міжнародної морської організації, Всесвітньої туристичної організації та ін.).

Крім того, діяльність глобальних ринків регулюється міжнародними торговими угодами. Вони спрямовані на досягнення стабільності цін і гарантії постачання, передбачають необхідність безумовного дотримання країнами, які надають послуги, контроль над експортом та імпортом. Укладаються, як правило, на кілька років.

4. Типи зовнішньоторговельної політики держави на ринку послуг

Залежно від масштабів втручання держави в зовнішню торгівлю розрізняють два типи зовнішньоторговельної політики: вільну торгівлю і протекціонізм.

Вільна торгівля послугами передбачає усунення будь-яких перешкод для зовнішньоторгових операцій. Вона розвивається під впливом ринку (попиту та пропозиції). Частіше практикуються країнами зі значним експортним потенціалом, а та-

кож у періоди піднесення.

Протекціонізм (відкритий і прихований) передбачає прямий захист національного ринку послуг від іноземних конкурентів, встановлення тарифних і нетарифних обмежень. Вони охоплюють:

– пряме обмеження та ембарго на імпорт окремих видів послуг. Наприклад, у сфері надання (реалізації) послуг пасажирського перевезення майже всі країни надають національним авіакомпаніям монопольне право на внутрішні маршрути; у сфері інформаційних послуг існують обмеження на доступ іноземних користувачів до національного банку даних; у сфері соціально-культурних послуг деякі держави забороняють імпорт рекламних фільмів, радіо- і телевізійних передач;

– обмеження напрямів діяльності іноземних фірм на внутрішньому ринку послуг. Наприклад, у сфері консультативних і правових послуг держава дозволяє іноземним юридичним особам здійснювати консультації тільки з міжнародного права. Іноді може бути заборонена їх участь у судовому процесі.

– субсидії урядів вітчизняним компаніям, що надають послуги, або зниження їм податків, щоб допомогти в конкурентній боротьбі з імпортерами. Наприклад, у секторі постачання електроенергії субсидії дозволяють генерувати прибутки за більш низькими цінами.

На практиці держава балансує між двома методами, досягаючи ефективності експортно-імпортних операцій з послугами.

Лекція 4. РОЗВИТОК СФЕРИ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ ПОСЛУГ

1. Економічні відносини у сфері охорони здоров'я, освіти, культури
2. Роль соціально-культурних послуг в інноваційному розвитку суспільства
3. Закономірності розвитку сфери охорони здоров'я, освіти, культури в постіндустріальній економіці
4. Суперечності, перешкоди та шляхи розвитку сфери

соціально-культурних послуг в Україні.

1. Економічні відносини у сфері охорони здоров'я, освіти, культури

Будь-який бізнес, на перший погляд, може сприйматися як сукупність бізнес-операцій. Але він як явище набагато складний і глибший. Насамперед тому, що базується на економічних відносинах. Бізнес-операціями управляють люди, які потрапляють під вплив тих соціальних обставин, у яких вони працюють, народилися і виросли. Існує відмінність між традиційними економічними відносинами купівлі-продажу стандартних товарів та відносинами у сфері охорони здоров'я, освіти, культури. У чому полягає специфіка?

Соціально-культурна сфера відрізняється більш високими вимогами додержання принципів соціальної справедливості. Спрацьовує конституційний принцип рівного доступу до суспільних благ. Оскільки суспільні ресурси обмежені, то принцип соціальної справедливості означає можливість кожного громадянина отримати певний мінімальний обсяг цих благ.

Головною метою діяльності закладів, що надають різні види послуг, є соціально-економічна ефективність. Економічна ефективність означає співвідношення кількості випускників шкіл або ВНЗ, пролікованих хворих (або кількості днів, проведених у стаціонарі) та витрачених при цьому людських і речових факторів виробництва. Соціальна ефективність передбачає надання такого обсягу медичних освітніх, культурних послуг, який найбільшою мірою відповідає структурі суспільних потреб. Разом ці окремі показники створюють соціально-економічну ефективність діяльності у соціально-культурній сфері.

Велику роль відіграють соціально значущі зовнішні ефекти. Більш освічені та культурні люди впливають на зростання продуктивності праці, розвиток інновацій, сприяють скороченню злочинності. Широта спектру послуг у сфері культури впливає на вибір місця проживання та на туризм. Культурні чинники впливають на економічний розвиток, тому що формують систему цінностей та прозорі економічної поведінки. Якщо ці ефекти не враховуються державою, ступінь задоволення

потреб людей значно скорочується.

У фінансуванні соціально-культурних послуг відіграє держава, а не приватні ринкові гравці. Саме уряди відстежують за впровадженням медичних протоколів та контролем за їх дотриманням, за якістю освітніх послуг тощо. Значна частка державного сектору та некомерційних неурядових організацій розвивається у соціально-культурному секторі. Державі належить також провідна роль у мінімізації асиметрії інформації для споживачів. Так, на ринку медичних і освітніх послуг створюється така ситуація, за якої одні учасники контрактних відносин володіють більшою часткою інформації, ніж інші. Контракти можуть бути формалізовані (письмові) або шляхом мовчазної згоди. Покупцями освітніх послуг є діти та їх батьки, які часто не мають повної інформації, щоб зробити правильний вибір профілю освіти в інтересах дітей. Переваги освіти важко оцінити правильно, якщо сам не маєш про них уявлення, що ґрунтується на достатній достовірній інформації, що потребує багато часу і грошей.

Пацієнт здебільшого теж не має медичної освіти, а в екстремальних обставинах взагалі не здатний думати. Здогдатися про необхідність лікування певної хвороби до появи її симптомів він теж не може. Одержання інформації з минулого досвіду у пацієнта так само обмежені (у порівнянні з купівлею звичайного товару), бо не завжди захворювання повторюються і мають однакові прояви. А лікар, навпаки, може свідомо, з тих чи інших причин, не інформувати хворого про всі наслідки медичних процедур або додавати зайві.

Ще однією специфікою економічних відносин у сфері охорони здоров'я, освіти, культури є складність прийняття інвестиційних рішень. Споживання освітньої послуги має тривалий термін. Для прийняття правильного економічного рішення – інвестувати в освіту чи ні – випускник має проаналізувати альтернативні витрати. Безумовно, це дуже складно. Деякі молоді люди бажали б отримати кредит, але не впевнені, що можуть вчасно його повернути. Не всі держави, до речі, опікуються, наприклад, молодіжними кредитами, зокрема, й Україна.

Спостерігається обмеження доступу на ринок нових надавачів послуг – у сфері професійної освіти, медицині, коли надаєть-

ся можливість отримання практичного досвіду під керівництвом кваліфікованих фахівців. Крім того, для медицини і середньої освіти характерний локальний монополізм, зумовлений наявністю шкіл або районних лікарень, поліклінік, сільських амбулаторій з територіальним закріпленням населення, розташованих за межами великих міст, де населення недостатньо велике, щоби мати більше закладів. Якщо держава не обмежує монопольну позицію, вона утискає права надавачів послуг, якість послуг знижується.

2. Роль соціально-культурних послуг в інноваційному розвитку суспільства

Здоров'я, освіта, культура є не тільки кінцевим, а й проміжним, інвестиційним благом. Як кінцеве благо вони забезпечують добробут і безпеку людини, надають їй свободу, активність. Як проміжне, інвестиційне благо (економічний ресурс) – створюють передумови для якісного відтворення інтелектуального капіталу та активної економічної самореалізації індивіда. Тобто спрацьовує капіталоутворююча функція медичних, освітніх та культурних послуг.

Ще німецькі сучасники фізіократів і класика політекономії А. Сміта – камералісти – вважали громадське здоров'я та позитивний демографічний стан першоджерелом багатства країни. У наш час громадське здоров'я та освітній рівень населення наближується до макроекономічних понять поряд з національним багатством, національним доходом, рівнем і якістю життя.

Звідси впливає їх роль інноваційному розвитку суспільства. Вона є такою:

- інноваційна економіка, використання унікальних технологій зумовлює потребу у освіченому, зрілому, відповідальному виконавці. Збільшується вік працівника, який уперше виходить на ринок праці, тривалість середньої освіти збільшується;

- освіта є сферою формування системи знань, які стають економічним ресурсом і фактором конкурентної переваги на ринку. Навчання – це індивідуальне споживання інтелектуального потенціалу викладача і водночас виробництво інтелек-

туального потенціалу учня, студента;

– соціально-культурні послуги активно впливають на ефективне функціонування бізнесу. Хвороби та нездоровий спосіб життя знижують можливості відтворення інтелектуального капіталу. В сучасних умовах медицина та освіта забезпечують не тільки фізичну, а й інтелектуальну працездатність робітників, їх готовність до напруженої розумової, дослідницької праці;

– завдяки освіті скорочується безробіття серед молоді;

– інтеграція науки і вищої освіти сприяє зростанню інновацій у виробництві;

– розвиток сфери послуг вимагає від людей освоєння комунікативних навичок, оскільки веде до зростання міжособистісного і міжкультурного спілкування (важливими є якості виконавця, прямиї зв'язок зі споживачем);

– знання культури споживача, вміння розмовляти з ним зрозумілою мовою і встановлювати контакт сприяють комунікаціям і просуванню послуг на міжнародному рівні. Взаємодія різних культур збагачує креативний потенціал міжнародних компаній, сприяє доброзичливому партнерству, вирішенню суперечностей та підтримці бідних народів у прагненні до сучасного розвитку. Культура є також чинником економічної інтеграції та глобалізації країн;

– інноваційна культура (вміння працювати в команді, обмінюватися ідеями та інформацією, толерантність) сприяють зростанню креативності і здатності гравців ринку до постійного пошуку.

The World Economic Forum щорічно розробляє індекс глобальної конкурентоспроможності національної економіки (The Global Competitiveness Index). Її стрижневими чинниками є: державні та суспільні установи; інфраструктура; макроекономічна стабільність; **охорона здоров'я та початкова освіта; середня, вища та професійна освіта**; ефективність товарного ринку; ефективність ринку праці; рівень розвитку фінансового ринку; технологічна готовність; ємність ринку; удосконалення бізнесу; інновації. У 2018 р. Україна посіла 83-тє місце у цьому рейтингу (із 140 країн). Перше місце – за США.

3. Закономірності розвитку сфери охорони здоров'я, освіти, культури в постіндустріальній економіці

Це питання є важливим для розуміння бізнесом напрямів інвестування, а також використання людського капіталу задля сучасного інноваційного розвитку. Узагальнення трендів розвитку соціально-культурної сфери підвищує компетентності менеджерів і маркетологів, а також професіоналізм уряду. Про які закономірності (тренди) йдеться?

По-перше, це тривалий тренд випереджального зростання середніх витрат на охорону здоров'я та освіти порівняно з їх зростанням в інших сферах економічної діяльності. Вони пов'язані з вибуховим зростанням витрат університетів світу та державним фінансуванням зменшення нерівності доступу до освіти та лікування. Причини формування такої закономірності: подальша демократизація суспільства, увага до прав людини, а також зростання її ролі у створенні нематеріальної складової ВВП, запровадження дорогих медичних технологій; зростання витрат на розробку нових ліків; зростання людських очікувань на більшу якість і кількість медичних послуг, старіння населення, демографічний чинник. Вартість навчання зростає і не компенсується відповідним зростанням студентського контингенту. У багатьох країнах Європи ще 15–20 років назад вища освіта фінансувалася переважно державою. Але зараз бюджетних грошей не вистачає.

По-друге, це прискорений розвиток нових медичних і освітніх технологій та інформації. Суттєва зміна освітніх технологій, швидкий розвиток Інтернету сприяє і індивідуалізації та диверсифікації освіти. Здійснюється безперервне оновлення курсів, збільшення студентів, які навчаються додатково та перенавчаються.

Вектор освіти змінюється від простого оволодіння сумою знань майбутніх випускників на розвиток їхніх здатностей до самостійного навчання та розвитку протягом професійної кар'єри. Формуються жорсткі вимоги до професури. Іноді суспільство і університети навіть не встигають. Водночас з'являються негативні

наслідки: перетворення Інтернету на засіб масової інформації часто призводить до зниження освітнього, професійного, культурного рівня on-line аудиторії. Гаджети перетворюються на основний банк інформації. Люди на покладаються на пам'ять.

Наступною закономірністю є розвиток контрактних відносин у соціально-культурній сфері, партнерства університетів і бізнесу. Переваги партнерства: для держави – підвищення фінансування фундаментальних досліджень, їх розвиток у пріоритетних напрямках національної безпеки; для університетів – вихід на ринок, диверсифікація джерел фінансування, можливості впровадження нового обладнання, підвищення ефективності досліджень, збільшення їх обсягів; для бізнесу – збільшення притоку талановитих випускників, розвиток наукової бази, удосконалення комерційних технологій. У медицині – поєднання державної соціальної підтримки і ринкових переваг. У європейських країнах набирає сили міжсекторальне управління поліпшенням здоров'я громадян.

Структурна перебудова охорони здоров'я та освіти є теж дуже актуальним відображенням їх розвитку. Структурні зміни в освітній діяльності: різке скорочення аудиторних годин, збільшення самостійної роботи, зростання ролі бібліотек та електронних засобів навчання. Структурні зміни в медичній діяльності: зростання ролі і питомої ваги первинного сектору охорони здоров'я та скорочення стаціонарного сектору. Сегмент лікувальних закладів є найбільш витратним, тому поширюється політика скорочення лікарень та впровадження інтенсивних медичних технологій, підтримки лікарів загальної практики. Крім структурної перебудови, спостерігається тренд на децентралізацію фінансування охорони здоров'я, освіти, культури та впровадження медичного страхування.

Відносно новим трендом фінансування соціально-культурної сфери є зростаюче використання ендаументів. Ендаумент (endowment – англ.) – це допоміжний інвестиційний фонд, який створюють для підтримки ЗВО, лікарень, музеїв, некомерційних організацій. Фондом править окрема фірма, яка інвестує кошти у певний бізнес, а навчальний заклад (лікарня, музей) отримує фінансовий дохід у виді процентів. Загальні

гроші фонду витратити заборонено (тільки проценти), використовуються для конкретних потреб або для подальшої роботи закладу. Це сприяє підвищенню ефективності державних витрат і стримування непродуктивних витрат.

Крім того, набирає темпу тенденція розподілу витрат на навчання, поступового зростання платного навчання у виді цільових внесків, поширення пільгових кредитів; скорочення стипендіальної підтримки незаможної молоді та доступності до освіти взагалі. Як наслідок, зростає диференціація ЗВО, «розмивання» старих брендів університетів. Тобто спостерігаються суперечливі тренди: скорочення доступності до освіти (для бідних) та, навпаки, її збільшення за рахунок on-line навчання. Зростає гнучкість навчання: одним студентам потрібні короткі експрес-курси, іншим – тривалі.

На тлі нових перетворень розвивається новий менеджмент у закладах соціально-культурної сфери відповідно до сучасних вимог. Крім того, здійснюється трансформація ринку праці. У більшості країн зростає кількість громадян з вищою освітою. Зворотною стороною є зниження привабливості соціального статусу людей з вищою освітою. Характерним для сьогодення є нестача лікарів по всьому світу.

Глобальний розвиток сучасної міжнародної економіки не міг не відбитися на соціально-культурній сфері. Зростає інтернаціоналізація медицини та освіти і поява глобальної конкуренції ЗВО щодо залучення іноземних студентів, ендаументів, кращих викладачів. США і Канада конкурують з ЄС. Активно долучаються Японія, Китай, Індія, Сінгапур, Австралія, Нова Зеландія, Ізраїль, Латинська Америка, ЮАР. Демографічним чинником, який впливає на ці тренди, є скорочення випускників шкіл. Стрімко розвивається ринок медичного туризму. Характерним трендом для сьогодення є розвиток культурного плюралізму та ефективного налагоджування ділових комунікацій між представниками різних культур.

4. Суперечності, перешкоди та шляхи розвитку сфери соціально-культурних послуг в Україні

Процес розвитку сфери соціально-культурних послуг в Україні непростий і динамічно відтворює суперечності. Головною є суперечність між ринковою, змішаною економікою, яка становить мету перехідної економіки України, і адміністративно-командною системою надання соціально-культурних послуг. У централізованій ієрархічній системі держава об'єднує процеси привласнення, володіння, розпоряджання й використання об'єктів, керує закладами і фінансує їх, тобто являє собою монопольну структуру. Вертикальні потоки грошей є домінуючими. У ринковій економіці, як показала практика багатьох країн (особливо Великої Британії, Швеції, Фінляндії, Нової Зеландії, Італії, Туреччини), право розпоряджання та управління власністю і фінансовими потоками делегується самому виробникові соціально-культурних послуг, хоча право привласнення її об'єктів залишається за державою. Цей досвід використовує зараз Україна.

Шляхи розвитку сфери соціально-культурних послуг в Україні є відображенням загальноосвітніх тенденцій. До них належить посилення ролі регіонів у регулюванні медичної та освітньої галузі за умови збереження загального національного ринку. Територіальні громади, області, міста і райони матимуть найширший обсяг повноважень і грошових ресурсів, необхідних для соціального розвитку регіонів. Водночас необхідно і вже відбувається передача низки правомочностей власності і фінансової автономії від центра до самих соціально-культурних закладів, їх перетворення на комунальні підприємства. Тобто медичний, культурний, освітній заклад у ринковому середовищі стає економічною одиницею.

Такий підхід збільшує переваги реформ. Заклади починають відігравати значну роль у використанні власного та запозиченого капіталу, оптимальному розподілі ресурсів та регулюванні галузю; вони розробляють бізнес-план розвитку, який дає можливість залучати банківські кредити та гроші сторонніх інвесторів. Їм стає вигідно проводити інноваційну діяльність,

сегментування зовнішнього середовища задля вивчення потреб і попиту громадян у соціально-культурних послугах. Автономія закладів сприяє удосконаленню оплати праці працівників, зростанню їх мотивації до якісної праці. До цього персональний менеджмент був дуже обмеженим, відтворювався екстенсивний тип розвитку культури, освіти, охорони здоров'я, який є несумісним з інноваційними видами економічної діяльності.

До шляхів розвитку сфери соціально-культурних послуг в Україні можна віднести такі:

- розвиток контрактних відносин та організація конкуренції всередині галузі, підтримка державно-приватного партнерства. Система нових відносин між лікарнями та місцевими органами влади дозволяє впровадити нові методи управління якістю медичної допомоги;

- структурна перебудова галузей на користь первинної медицини, формування сімейних лікарів як медичних і юридичних суб'єктів;

- формування системи електронної охорони здоров'я і об'єднання інформаційних ресурсів галузі. Це стимулює зниження трансакційних витрат. Єдине інформаційне поле дозволяє також об'єднати ефективну медичну та фармацевтичну політику;

- розвиток медичного обов'язкового і соціального медичного страхування;

- підтримка діяльності неурядового некомерційного сектора, спрямована на задоволення потреб суспільства. Йдеться про громадські організації, асоціації, фонди, волонтерські організації, спілки споживачів, *профспілки*, релігійні організації, територіальні громади. Вони забезпечують громадянам додаткове фінансування. Лікарські та освітні товариства, юридичні організації, меценати, опікунські ради потребують суспільної підтримки;

- скорочення тіньової економіки охорони здоров'я, освіти, культури. Проведення судової реформи, усунення значної залежності судової влади від виконавчої, підвищення рівня фінансування охорони здоров'я та зарплати лікарів, встановлення її диференційованості залежно від обсягу та якості праці;

- впровадження новітнього менеджменту в закладах

освіти, охорони здоров'я, культури.

Лекція 5. ІНФОРМАЦІЙНІ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ПОСЛУГИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

1. Інформаційна, інтелектуальна та мережева економіка: виникнення, сутність, структура.

2. Інформаційні та інтелектуальні послуги: загальне та особливе.

3. Консультаційні послуги як складова інтелектуальних та інформаційних послуг

4. Роль інформаційних та інтелектуальних послуг в інноваційному розвитку бізнесу та національної економіки.

1. Інформаційна, інтелектуальна та мережева економіка: виникнення, сутність, структура

Період якісно нового, постіндустріального розвитку, як прийнято в науковій літературі, виник після Другої світової війни. Проте і раніше науковці вказували на корінні зміни у технологіях. *О. Шпенглер* ще у 1920-і рр. проголосив про закат індустріальної цивілізації. Австрійський економіст *К. Кларк* (1940-і рр.) вже досить впевнено говорив про наступ суспільства інформації та послуг, нову економіку з новими технологіями.

Поява інституціоналізму. *Т. Веблен*, який вважається економістом-інституціоналістом, зробив акцент на науці, техніці і технологіях, які є джерелами трансформаційних змін у суспільстві. На його думку, завдяки НТП відбувається не лише економічне зростання, а й оновлення економіки. Проте формування сталого самостійного світового ринку інформаційних послуг, відокремленого від світового і національних ринків інших послуг, почалося в середині 50-х рр. ХХ ст. У цей час здійснюється формування інтелектуальної економіки. Американський вчений *У. Ростоу* обґрунтував 5 стадій суспільного розвитку з точки зору технологій.

У другій половині ХХ ст. американський економіст *Ф. Махлун* вводить до наукового обігу категорію «економіка знань» (діяльність з активною генерацією, накопиченням та

поширенням знань). До нового сектору економіки ним віднесено освіту, наукові дослідження, ЗМІ, інформаційну техніку та інтелектуальні послуги. У середині 1970 рр. виникає постіндустріальна теорія *Д. Белла*. У центрі концепції знаходиться інформаційний фактор, який відіграє провідну роль у розвитку. *Е. Тоффлер* відображає історію у вигляді «трьох хвиль цивілізації», які послідовно змінюють одна одну: аграрна, індустріальна, інформаційна (нові знання перетворюються на замітники традиційних ресурсів і прискорюють час). Могутність знань полягає у такому: поряд із силою і багатством, вони стають джерелом влади у суспільстві, геополітичною силою і стратегічним ресурсом. *Дж. К. Гелбрейт* виступає за державне регулювання НТП, планування та сприяння розвитку науки й освіти на державному рівні.

Великий внесок у дослідження впливу інформації та невизначеності на функціонування ринку внесли *Дж. Акерлоф, С. Гроссман, Ф. Найт, М. Спенс, Дж. Стігліц, Ф. Гайск, Д. Хікс, К. Эрроу та ін.* Так чи інакше, ці знання стали відображенням нової епохи.

Інформаційна економіка – це сучасна стадія цивілізаційного та соціально-економічного розвитку, для якої характерне домінування творчої (інтелектуальної) праці та інформаційних продуктів і яка здатна до творчої еволюції та самовдосконалення. Водночас цей термін означає економічну теорію інформаційного суспільства. Його ввів у науковий обіг Марк Порат, співробітник Стенфордського центру міждисциплінарних досліджень. Він вважав інформаційною економікою кластер галузей, що виробляють сучасні бази даних і засоби, що забезпечують їх використання.

Основні показники інформаційної економіки: виробництво, обробка, зберігання й розповсюдження інформації і знань складає понад 50 % ВВП; працює понад 50 % зайнятих; переважний обсяг інвестицій спрямовано у телекомунікації; кількість і якість наявної в обігу інформації, ефективність її передавання та опрацювання, переважна кількість і якість використання комп'ютерів; переважна кількість користувачів Інтернет; доступність інформації для кожного.

Сегменти інформаційної економіки за видами інформації, що надаються: ділова інформація (економіко-статистична інформація, комерційна інформація про компанії, біржова та фінансова інформація, підготовка джерел інформації, консулювання з різних проблем інформаційної індустрії тощо); інформація для фахівців (професійна інформація, науково-технічна інформація, доступ до першоджерел тощо); споживча інформація (новини та література, інформація про роботу установ, розклади, реклама, розважальна інформація тощо); освітні послуги (традиційна освіта, дистанційна освіта); електронні угоди (електронна комерція, системи електронних банківських операцій, електронні платежі тощо); найбільш динамічний сегмент – інформаційно-комунікаційні послуги, який забезпечує найбільшу зайнятість і найбільші доходи, здатний забезпечити конкурентоспроможність бізнесу і національної економіки.

Разом з терміном «інформаційна економіка» науковцями широко застосовується термін «інтелектуальна економіка».

Інтелектуальна економіка – це економіка, у якій знання є вирішальним ресурсом розвитку і переважним його продуктом водночас, а сфера інтелектуальних послуг, які їх поєднують, стає домінуючою. СОТ відносить до сфери інтелектуальних послуг діяльність, пов'язану з інтелектуальною власністю.

Особливості сучасної інформаційної та інтелектуальної економіки – це глобальна мережева економіка (англ. – Network Economy). Вона є своєрідною глобальною матрицею цивілізаційного розвитку в ХХІ ст.

Мережева економіка – це сумісна господарська діяльність різних суб'єктів, яка базується на прямих, горизонтальних і тривалих зв'язках в інформаційному середовищі мережі Інтернет. Відрізняється від класичного ринку та командної економіки. Мережева економіка існує тільки у комп'ютерній мережі. Є базисом для електронного бізнесу та його головної складової – електронної комерції. Основа мережевої економіки – мережеві організації.

На відміну від індустріальної економіки, яка за обсягом є національною, мережева економіка є глобальною. Глобальне

середовище означає, що фірма або індивід, які діють у будь-якому пункті економічної системи, можуть легко співпрацювати та обмінюватися ідеями (з мінімальними витратами) з будь-якою іншою фірмою чи індивідом. Це суттєво розширює кількість продавців, покупців, замовників, партнерів, конкурентів. Відносини віртуальні. Мережева економіка охоплює мережеву інформаційну інфраструктуру, різні мережеві управлінські структури, зокрема, інститути державної влади. Швидко розвиваються такі інститути, як електронний уряд (e-government), електронна комерція (e-commerce), електронний бізнес (e-business). Дедалі важливішу роль відіграють інформаційні послуги та інтелектуальні послуги, які, у свою чергу, модернізують існуючі послуги.

Основні характеристики інтелектуальної економіки:

- дематеріалізований ринок;
- втрата національним багатством свого матеріального субстрату;
- часткове подолання проблеми обмеженості ресурсів за рахунок інтелектуальних активів і водночас поява нових видів дефіциту – часу та інформації;
- значущість фактору невизначеності;
- віртуалізація економічних відносин,
- розриви між конкурентоспроможністю локальних економік на світовому ринку;
- вплив технологій на формування умов праці і безробіття (механічна ліквідація окремих сегментів
- кардинальні зміни у напрямках соціально-економічного прогресу з появою інтелектуальної економіки.

Якщо порівнювати бізнес-процеси старої індустріальної і нової інтелектуальної, інформаційної економіки, ми побачимо суттєві відмінності. Так, стара економіка базується на повільній зміні ринків, тривалому життєвому циклі товарів, локальній конкуренції та монополізмі. Нова економіка базується на швидкій зміні ринків, короткому життєвому циклі товарів, глобальній конкуренції та інноваційному розвитку. Для старої економіки характерним є стабільний розвиток, масове виробництво, капітал як ключовий чинник виробництва, автоматизація і ме-

ханізація як чинники розвитку технологій, доступ до дешевої сировини, дешева робоча сила і оборотний капітал, дефіцит фінансового капіталу, ієрархічні, бюрократичні організаційні структури, кваліфікація або вчений ступінь як вимоги до освіти, ставлення до трудової діяльності працівників як до витрат виробництва, субординація і конфронтація як відносини між керівництвом і підлеглими. Для нової економіки характерним є управління змінами, невеличке і гнучке виробництво, знання та інформація як ключові чинники виробництва, інформаційні та комунікаційні технології, on-line бізнес як чинники розвитку технологій, управління якістю з урахуванням вимог споживачів, повага до людського капіталу, мережеві організаційні структури, безперервне навчання як вимоги до освіти, ставлення до трудової діяльності працівників як до інвестицій, робота в команді та співпраця.

2. Інформаційні та інтелектуальні послуги: загальне й особливе

Головним результатом сучасного нематеріального виробництва є нематеріальні, чисті послуги вищого порядку. Інформаційні й інтелектуальні ресурси відіграють провідну роль у сучасному розвитку.

Інформаційна послуга – це отримання (створення) та надання у розпорядження користувача інформаційних продуктів. **Види** інформаційних послуг: традиційні послуги, пов'язані з обробкою, розподілом і передачею інформації; науково-інформаційні, високотехнологічні послуги, ІКТ-послуги.

У 1970-ті рр. з'явився персональний комп'ютер і комп'ютерні мережі, системи передачі даних (інформаційні комунікації). Розвивається нова галузь – інформаційна індустрія, пов'язана з виробництвом технічних засобів, методів, інформаційних технологій. Із розвитком інформаційних технологій починається розвиток інформаційних послуг.

Інтелектуальна послуга – це цілеспрямована інтелектуальна, професійна, розумова, духовна й творча діяльність фа-

хівців різного напрямку, втілена у відкриттях, винаходах, патентах, наукових звітах і доповідях, проектах, раціоналізаторських пропозиціях, добутках літератури, мистецтва, музики та ін.

Результатом інтелектуальної послуги є якісно новий продукт, що відрізняється оригінальністю та унікальністю. Результати художньої творчості (літературні, музикальні і мистецькі твори) використовуються в гуманітарній сфері для збагачення внутрішнього світу людини, формування його світогляду. Результати технічної творчості (винаходи, торговельні марки, комерційні таємниці, програмний продукт тощо) застосовуються переважно у сфері виробництва товарів і надання послуг та сприяють підвищенню техніко-технологічного рівня суспільного виробництва.

Види інтелектуальних послуг: освітні (є базовими, впливають на інші інтелектуальні послуги), науково-технічні, правові, медичні, консалтингові, послуги інжинірингу. Їх об'єднує освітньо-орієнтована, наукоємна діяльність.

Спільні ознаки інформаційних та інтелектуальних послуг:

- у змісті послуг присутня інформаційна складова;
- обидві послуги невіддільні від людини;
- обидві послуги знецінюються у часі та, на відміну від матеріальних, зношуються лише морально;
- дуже складно піддаються стандартизації через суттєву індивідуалізацію потреб споживача;
- результати обох видів послуг є не тільки *кінцевим*, але й *проміжним* продуктом. Виступають у виді нематеріальних ресурсів, які використовуються у сучасному виробництві. Можуть мати матеріальний носій (книга, диск, патенти, наукові твори, раціоналізаторські пропозиції тощо), але за своїм змістом (знання, інформація) є неуречевленими.

Інформаційні ресурси – це весь наявний обсяг інформації в економічній системі, зафіксований на матеріальних носіях і призначений для суспільного використання; сукупність документів у інформаційних системах (бібліотеках, архівах, банках даних тощо).

Інтелектуальні ресурси – сукупність явних та неявних знань, а також їх носіїв – висококваліфікованих працівників. Це знаннєві ресурси, які є пріоритетними факторами нематеріального виробництва.

На відміну від факторів виробництва в індустріальній системі, інформаційні та інтелектуальні ресурси нагромаджуються безмежно і залишаються одночасно доступними для багатьох людей.

Зайнятість в інтелектуально-інформаційному виробництві дає можливість претендувати на своєрідну інтелектуальну ренту, тобто на частину створеного продукту за допомогою використання знань і навичок працюючих.

Відмінності інформаційних та інтелектуальних послуг:

– основним компонентом інформаційної послуги є інформація як така. Передача інформації часто не пов'язана з передачею знання. Основним компонентом інтелектуальної послуги є знання, загальні та спеціальні неявні знання. Інтелектуальні послуги – це виробництво і набуття нових знань. Знання впливають на ринкову вартість послуг як економічний ресурс. Сектор інтелектуальних послуг визначається у зарубіжних джерелах терміном *knowledge intensive services (KIS)*;

– інформація може бути відчужена від їх творців. Знання втілене у людині, вона є носієм загальних та спеціальних неявних знань. Наприклад, носіями правових знань є професійні знання юристів; консалтингові послуги надають певні професіонали;

– ефективність інтелектуальних послуг залежить від можливостей індивідуума, його професійних характеристик, кваліфікації, способів і засобів мислення. Надавачами інформаційних послуг можуть бути і певні люди (діячі культури, науки, освіти, інженерно-технічна інтелігенція), і організації, що тиражують інформацію – ТВ, Інтернет, масмедіа, засоби масової комунікації;

– результат інтелектуальної послуги (інтелектуальний продукт) не має характеристики необмеженого тиражування.

Інформаційній послугі, навпаки, притаманні властивості *мережевих благ*. Здійснюється копіювання, тиражування продукту. Для цих благ характерні високі постійні і низькі змінні витрати. Достатньо коштовно створити первинний інформаційний продукт, але відносно дешево його відтворювати у зростаючому обсязі (приклад – написання монографії і наступна її передача електронним шляхом за допомогою PDF файлу). Інформація може перебувати одночасно в різних частинах простору. Вигоди: мережеві зовнішні ефекти (корисність блага зростає із збільшенням числа користувачів) та суттєва економія на масштабі виробництва (проявляється не тільки у традиційному розумінні – з боку пропозиції, а й з боку попиту).

Разом з тим високотехнологічні інформаційні послуги, на відміну від традиційних, водночас є інтелектуальними, пов'язаними з осмисленням, продукуванням і передачею знання, створенням нового знання. Знання є результатом переробки інформації, вона передається разом із знаннями. Ці послуги надають системні адміністратори, web-дизайнери, оператори у кол-центрах, розробники нового обладнання, нових видів комп'ютерів, мобільного додатку, програмного забезпечення (ІТ-фахівці). Їх діяльність є найбільш інноваційною у сфері інформаційних послуг.

Для високотехнологічних інформаційних послуг характерні: висока швидкість отримання інформації; необхідність тісної співпраці та узгодження інтересів між замовником, виконавцем і споживачем послуг протягом повного терміну виконання робіт (вони співучасники процесу); велика питома вага витрат на оплату праці і навчання персоналу в сукупних витратах виробництва; відповідність послуг міжнародним стандартам. Нові інформаційні технології, на відміну від традиційних, передбачають надання користувачеві не тільки інформаційного продукту, а й засобів доступу до нього.

Важливим є також взаємозв'язок науки та інтелектуальних послуг: з одного боку, наука забезпечує суб'єктів інтелектуальних послуг необхідними знаннями, тобто інтелектуальними ресурсами; з іншого – ці послуги забезпечують взаємозв'язок науки і споживачів спеціальних знань і інформації,

виступають каналом передачі споживачеві створених наукою інтелектуальних продуктів і технологій, а науці – інформації про попит на певні знання й інформацію, що становлять зміст наукових продуктів.

3. Консультаційні послуги як складова інтелектуальних та інформаційних послуг

Консультаційні послуги – це послуги, які надаються незалежними та професійними спеціалістами (консультантом або цілою групою) з метою допомоги керівнику організації у діагностиці, аналізі та практичному розв’язанні управлінських і виробничих проблем.

Консалтингові компанії з’явилися у розвинених країнах наприкінці ХІХ ст., але стабільно прибутковим цей бізнес стає після Другої світової війни. У пострадянських країнах він почав інтенсивно розвиватися у 1990-ті рр., на старті ринкових реформ. Головна причина: відсутність таких видимих бар’єрів для започаткування бізнесу, як значний матеріальний і ресурсний стартовий мінімум.

Особливості консультаційних послуг полягають у тому, що вони поєднують інтелектуальну та інформаційну складову. Чому вони є інтелектуальними? Тому що передбачають передачу знань. Надавачі є професіоналами з гарною освітою, їх праця – це розумова, інтелектуальна діяльність. Чому вони є інформаційними? Процес консультування – це послуга. Результатом виконання консультаційної послуги є консультація, рекомендації, тобто інформаційний продукт (на паперовому, електронному та інших носіях). Будь-яке консультування є інформаційним, тому що у процесі його здійснення передається інформація. Неінформаційного консультування просто не існує.

Отже, консультування – це узгоджений процес передачі необхідних і потрібних знань та інформації у визначеній предметній сфері від консультанта клієнту з метою вирішення завдань клієнта (економічних, фінансових, соціальних, юридично-правових, організаційних, виробничих, технічних, технологічних та ін.). Корисний ефект консультацій виявляється через відомий проміжок часу, який неможливо заздалегідь завжди

точно визначити.

Умови ефективної консультаційної послуги аналогічні умовам будь-якої інформаційно-інтелектуальної послуги. Це – висока якість консультацій, обізнаність у справі, довіра до консультанту, конфідційність, низька вірогідність незручних для клієнта ситуацій, економічність, або мінімізація витрат з боку клієнта, рівень віддачі з боку консалтингової компанії. Важливу роль у наш час відіграє репутація консалтингової фірми серед споживачів.

Споживачі консалтингових послуг: державні структури, фізичні та юридичні особи, іноземні компанії (нерезиденти), домогосподарства.

Постачальники консалтингових послуг: великі ТНК, їх дочірні підприємства або представництва в певній країні, які здійснюють стратегію завоювання нових ринків або пропонують аудиторські та інші послуги національним та іноземним фірмам; рекрутингові агентства (консультації з підбору персоналу на вакансії кваліфікованих фахівців або менеджерів середньої ланки, за критерієм «якість/витрати»), іноземні консультаційні фірми, що надають технічну допомогу з питань управлінського консультування в пріоритетних видах економічної діяльності, наприклад, енергетиці, на транспорті, зв'язку, у сільському господарстві тощо; національні консультаційні фірми, зокрема спеціалізовані на окремих напрямках бізнес-консультування.

Оскільки консультаційні послуги є складовою інтелектуальних та інформаційних послуг, їм притаманні всі властивості цих послуг: вони невіддільні від людини; потребують високого рівня професіоналізму та інтелектуального рівня надавача послуг. Вони знецінюються у часі та зношуються лише морально, а також важко піддаються стандартизації через суттєву індивідуалізацію потреб споживача.

3. Роль інформаційних та інтелектуальних послуг в інноваційному розвитку бізнесу та країни

Інноваційний розвиток є основою сучасного прогресу розвинених країн. Для України він означає єдиний шанс вирва-

тися з кола периферійних країн. Яку роль у цьому доленосному процесі відіграють інформаційні та інтелектуальні послуги?

По-перше, вони забезпечують фізичні та юридичні особи специфічними знаннями, інформацією, навичками та компетенціями, сприяють їх накопиченню (особливо освітні послуги), що необхідно для здійснення інновацій. Вони також сприяють зростанню частки кваліфікованих працівників у національній економіці та створенню нових високопродуктивних робочих місць. Так, в Україні найбільш затребуваними є послуги програмістів, системних адміністраторів, розробників мобільних додатків.

Інформаційні та інтелектуальні послуги забезпечують ефективність виробництва на мікрорівні та ефективно використання суспільних ресурсів на макрорівні. Чому? Тому що:

- економлять витрати виробництва на основний капітал;
- оптимізують часові, фінансові та людські ресурси, зокрема за рахунок партнерства бізнесу й уряду з консультантами;
- відтворюють значний позитивний мультиплікаційний ефект: їх упроваджують у всіх сферах економіки, що стимулює розвиток інших галузей та економіки в цілому;
- мінімізують залежність від державної бюрократії і корупційних податків. Цифровізація бізнесу скорочує виробничі та транзакційні витрати і забезпечує конкурентні переваги на ринку.

Інформаційні та інтелектуальні послуги забезпечують структурну перебудову експорту від сировинних до знаннємістких продуктів.

До речі, ця позитивна тенденція характерна для експорту України, а саме прискорення темпів зростання у 2017–2018 рр. комп'ютерних, інформаційних та професійних і консалтингових послуг. Ці послуги сприяють також залученню національних і іноземних інвестицій. Крім того, міжнародний експорт-імпорт інформаційних та інтелектуальних послуг від розвинених країн до периферії стимулює інноваційний розвиток не тільки багатих, а й бідних країн. Міжнародна торгівля новітніми послугами дозволяє країнам та бізнесу ефективніше використовувати наявні ресурси. Дані СОТ свідчать, що у структурі глобальної електронної торгівлі країн – членів СОТ (2016 р.), обсяг якої дорівнював 27,7 трлн доларів, business-to-business торгівля переважає у 6

разів електронну комерцію на споживчому ринку.

Лекція 6. ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

П л а н

1. Закономірності розвитку сектору інтелектуальних послуг.
2. Особливості економічних відносин в ІКТ-сфері. Сутність і сучасні тенденції розвитку ринку ІТ-послуг.
3. Державне регулювання ринку ІТ-послуг. Шляхи розвитку ІКТ-сектору в Україні.
4. Тенденції розвитку світового ринку консалтингу та його особливості в Україні.

1. Закономірності розвитку світового ринку інтелектуальних послуг

Знання закономірностей (трендів) дозволяє урядам і бізнесу приймати правильні рішення, розуміти магістральний напрям розвитку і коридор можливостей і альтернативних варіантів.

Перша закономірність демонструє випереджальний розвиток інтелектуальних послуг у структурі міжнародної торгівлі послугами загалом. На міжнародну передачу технологій припадає майже 7 % доходу від світового товарообігу. Сумарна вартість технологій, які створюються у світі, досягає зараз 60 % обсягу світового ВВП.

Формування інформаційно-інтелектуальних мереж як продукту еволюції телекомунікаційних технологій – це друга закономірність розвитку світового ринку інтелектуальних послуг. Які чинники на її формування впливають? До них належать зростаючі потреби користувачів у сучасних засобах передачі інформації та знань в усіх сферах життєдіяльності; об'єктивна необхідність підвищення ефективності праці надавачів послуг в умовах внутрішньої та міжнародної конкуренції. Зростання глобальної конкуренції на ринку інтелектуальних послуг є наступним трендом. Так, за останні 10 років спостерігається знач-

не збільшення кількості створених інтелектуальних продуктів у таких галузях, як комп'ютерні технології, електричне обладнання й апаратура, енергія, вимірювання, цифровий зв'язок та медичне обладнання. Власникам патентів і ліцензій протягом нетривалого періоду повертається значний дохід.

Постійно відбувається зміна позицій країн на світовому ринку інтелектуальної власності. Так, окремі країни Азії (зокрема, Китай, Республіка Корея, Сінгапур, Індія, Бразилія) впевнено нарощують показники інноваційної діяльності та діяльності, пов'язаної з інтелектуальною власністю. Торгівля інтелектуальними послугами переважає між розвиненими країнами, але країни, що розвиваються, теж швидко зростають. Наприклад, за даними СОТ, у 2017 р. у Сінгапурі експорт інтелектуальних послуг збільшився на 36 %.

Важливим трендом розвитку світового ринку інтелектуальних послуг є стрімке зростання обміну результатами інтелектуальної і науково-технічної діяльності на світовому ринку, які орієнтовані на зростання суспільного добробуту. Перспективні напрями інноваційної діяльності: наноматеріали, гнучка електроніка, інтелектуальна технологія управління зарядом батарей та збереження енергії, «інтелектуальні» матеріали, до яких належать матеріали зі здатністю до самостійного управління, зелені ІТ-технології, фотоелектричні сонячні модулі, тривимірна інтеграція, автономні системи, «білі» біотехнології та лазери.

Зростання на міжнародному ринку компаній-новаторів, які концентрують власні зусилля у певних галузях науки і техніки, теж перетворюється на тривалий тренд. Це спосіб підвищення конкурентних переваг на ринку. Великі компанії, які були лідерами світового ринку на початку ХХ століття, здебільшого втратили свій вплив. Їх місце впевнено зайняли компанії, орієнтовані на наукомісткі технології, здатні значно примножити прибутки. Ці компанії швидко реагують на будь-які зміни ринкової кон'юнктури і намагаються постійно удосконалювати власну продукцію з метою підвищення рівня її якості та конкурентоспроможності на світовому ринку.

Ще однією закономірністю розвитку світового ринку ін-

телектуальних послуг є формування інтеграційних структур і регіональних ринків. Особливо це стосується регіональних ринків освітніх послуг. Формування єдиного світового освітнього простору відбувається через зближення підходів різних країн до організації освіти, а також через визнання документів про освіту інших країн. Спільний освітній простір сприяє зростанню мобільності студентів та професорсько-викладацького складу. Транскордонна діяльність – це обмін студентами й викладачами міст-побратимів, а також партнерами між прикордонними школами; організація екскурсій через кордон; запровадження двомовних навчальних програм; полегшення доступу до шкіл, що розміщені за кордоном, зокрема через запровадження пільгових тарифів на користування транспортом; упровадження транскордонних шкільних програм; сприяння транскордонній академічній мобільності та співробітництву між університетами в прикордонних регіонах; у контексті вищої освіти це проходження виробничої практики на підприємствах, в організаціях, установах прикордонних регіонів.

Вагомим сучасним трендом є підвищення ефективності державного і наднаціонального регулювання ринку інтелектуальних послуг, яка спрямована підтримку вітчизняних вчених і винахідників, стимулювання іноземного інвестування у розвиток технологічної сфери, міжнародне співробітництво у галузі інновацій тощо.

2. Особливості економічних відносин у інформаційно-комунікаційній-сфері. Сутність і сучасні тенденції розвитку ринку ІТ-послуг

Сучасна економіка передбачає розвиток усіх сфер соціально-економічного життя на базі максимально ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій

Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) – сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, демонстрації та використання даних в інте-

ресах їх користувачів. Еволюція видів телекомунікаційних технологій: радіозв'язок, телефонна зв'язок, супутникова зв'язок, інтернет. Головною складовою ІКТ є ІТ-послуги.

Велику цінність для дослідження ринку як комунікативної системи мають роботи Р. Коуза, який заклав основи теорії трансакційних витрат, а також таких вчених, як І. Барцель, К. Далман, Кл. Менар, Р. Нельсон, Д. Норт, П. Мілгром, Дж. Робертс, К. Поланьї, Е. Фуруботн, Р. Ріхтер, О. Вільямсон, Дж. Уолліс, Тр. Еггертссон та ін. Вони дослідили особливості економічних відносин у цій сфері, формування інститутів, які сприяють підвищенню ефективності впровадження ІКТ, суперечності та напрями їх розвитку.

Особливості економічних відносин у сфері ІКТ:

– вони встановлюються у мережевому та віртуальному просторі; пошук місця роботи здійснюється в соціальних мережах та професійних спільнотах, незалежно від країни проживання.

– динамічні зміни в економічних відносинах, усталених зв'язків майже немає;

– соціалізація власності, колективне використання інформаційного продукту кваліфікованими робітниками;

– віртуальна фірма стає мікроекономічним суб'єктом нової економіки. Це модель електронної (комп'ютерної) організації господарської діяльності, яка не потребує розміщення засобів виробництва та людей на реальній площі. Стираються відмінності між фізичною та юридичною особою.

– домінуючим є віддалений характер праці, офіційне зачислення у штат з наступною роботою дома, спрямованість праці виключно на виконання завдання, без безпосереднього спостереження за працівником і за нерегламентованим графіком.

– продукція, що виробляється, має екологічно чистий характер (на відміну від індустріального продукту);

– новий характер відносин обміну – відбувається перехід від товарообміну, еквівалентного за вартістю, до обміну працею у формі діяльності та обміну здібностями;

– економічні відносини мають переважно глобальний

характер, місце виробництва не має значення.

Ринок ІТ-послуг – це форма організації та функціонування інформаційного сектору як провідного сегменту нематеріальної економіки, що забезпечує зв'язки між продавцями (надавачами), покупцями (споживачами) і інформаційними посередниками, які зумовлені їхніми економічними інтересами.

Суб'єкти ринку ІТ-послуг: надавачі (ІКТ-фахівці, системні адміністратори, веб-дизайнери, тестувальники, інші професіонали, фірми), інформаційні посередники (провайдери мережі Інтернет), хостинг-компанії, ресурси, на яких користувачі самі завантажують інформацію тощо; споживачі – домогосподарства, корпорації, малий бізнес та адміністративні органи, зокрема на місцевому рівні.

Об'єкти ринку: продукти програмування, тестування, дизайну, верстки, локальні комп'ютерні мережі, їх програмне забезпечення, консультації «on-line» та інші види послуг

Характерні ознаки ринку ІТ-послуг: on-line ринок – у підприємців більша економічна свобода, ніж на традиційному ринку; переважають малі підприємства, що створюють унікальний продукт; високий ступінь індивідуалізованого підходу до кваліфікованого покупця-замовника, значна диверсифікація попиту на послуги, який є високоеластичним за винятком ексклюзивного інформаційного продукту (на нього – низькоеластичний попит); ця ексклюзивність породжує монополію, але вона пов'язана із диференціацією інформаційних продуктів та інноваціями, а не контролем над цінами.

Лідерство має тимчасовий характер, а монополія зникає, якщо на ринку з'являються послуги-субститути (замінники). Тому тут добре розвивається маркетинг. Взагалі для цього ринку малоймовірна тривала монополія виробництва, бо мережева економіка завжди знайде заміну виробнику; безперервна новизна технологій (кожні 2–3 роки з'являється технологія, що раніше не була відома), більш короткий життєвий цикл послуги, ніж іншої послуги чи товару; поява хмарних технологій, використання блокчейну. Ринок ІТ-послуг характеризується переважанням безготівкових розрахунків у відносинах, існуванням криптовалют разом з традиційними грошима.

Сучасні тренди розвитку ринку ІТ- послуг:

1. Випереджальне зростання виробництва ІТ-продуктів у порівнянні з традиційним виробництвом, підвищення частки у ВВП. Ця тенденція має прояв і в Україні. Останній час спостерігається щорічне 20 % зростання експорту ІТ-послуг, вони посідають вже третю позицію у структурі експорту України. Кількість українських ІТ-компаній дорівнює 4000. **184 700** – кількість вітчизняних розробників. 100+ компаній зі списку «Fortune 500» користуються українськими ІТ-сервісами. Ми посідаємо 24 місце в рейтингу країн, найбільш придатних для розробки програмного забезпечення. У Харкові в галузі інформаційних технологій працює більш 450 фірм, що активно розвиваються, 25 тисяч фахівців.

2. Збільшення обсягу інвестицій в ІТ та кількості інвестиційних фондів. Ця тенденція теж має прояв в Україні. Загальний обсяг інвестицій в українські ІТ-компанії у 2013–2018 рр. склав 630 млн доларів, зокрема у 2016 р. – 80 млн доларів, 2017 р. – понад 265 млн доларів; 2018 р. – 290 млн доларів. Головним джерелом раннього фінансування у 2017-2018 рр. для українських стартапів стали венчурні фонди, а також ангели і краудфандингові платформи. AVentures Capital, TA Ventures, UVentures, WNISEF – найбільші українські інвестиційні фонди.

3. Стрімкий розвиток інформаційної інфраструктури ринку; сукупність інститутів і структур, які забезпечують ефективне функціонування ІТ-ринку»; програмування, тестування, дизайн, верстка – це головне виробництво; споріднені професії – оператори контакт-центрів, телефонних продажів, диспетчери, аналітики, маркетологи, піарщики, копірайтери, ейчари і фотографи.

4. Динамічний розвиток якості програмного продукту і висококласного сервісу (бренди майже не мають значення); хмарні технології; автоматизація процесів і взаємодії з клієнтами, перетворення штучного інтелекту в невід’ємну частину ІТ-індустрії, безперервна поява абсолютно нових професій; зниження трансакційних витрат, витрат на маркетинг и комунікації як наслідок ведення on-line бізнесу.

На жаль, зростання збитків від кіберзлочинності. Приоритетною метою кіберзлочинників є банки. UNSF шукає команди, які пропонують кардинально нові та цікаві рішення у сферах кібербезпеки. Це не тільки гранти, але й менторська підтримка.

5. Поширення бізнес-практики аутсорсингу, або бізнес-практики ІТ компаній, яка передбачає передачу окремих (часто непрофільних) бізнес-функцій зовнішній організації, зокрема за кордоном. Для аутсорсера (наприклад, в Україні) передана функція є основним видом діяльності. Мета аутсорсингу – концентрація уваги компанії на найбільш суттєвих завданнях (функціях) бізнесу, збільшення ефективності використання ресурсів; застосування передових бізнес-технологій і ноу-хау задля завоювання і утримання конкурентних переваг на світовому ринку. Проте є деякі ризики: витрати від неповної інформації про аутсорсера та невизначеності зовнішнього середовища; інша сторона має доступ до конфіденційної інформації компанії (це – загроза її безпеці); втрата зв'язку між компанією і аутсорсинговим виконавцем. Тенденції світового ринку ІТ-аутсорсингу – випереджальні темпи зростання ІТ-аутсорсингу у порівнянні з аутсорсингом бізнес-процесів; зростання ролі ІТ компаній з України як аутсорсерів.

3. Державне регулювання ринку ІТ-послуг

Державне регулювання ринку ІТ-послуг має свою специфіку: його рівень значно менший, ніж на традиційному ринку. Це дуже обмежене втручання. Регулювання спрямоване на створення умов для ринкової конкуренції та впровадження нових технологій. Державний сектор ІТ-послуг малий, переважає приватний сектор. Спостерігається тривала лібералізація ринку телекомунікацій, при цьому держава часто виступає замовником послуг ІТ.

Функції державного регулювання ринку ІТ-послуг: законодавче, податкове, антимонопольне регулювання, підтримка ключових напрямів науково-технічного прогресу; сприяння розширенню суспільного доступу до передових технологій; побудова та вдосконалення інформаційної інфраструктури, впрова-

дження інформаційних послуг у всі сфери життєдіяльності країни; впровадження ІТ в державному секторі – модернізація системи автоматизації, починаючи від митного контролю та закінчуючи впровадженням електронного уряду (потребує значних інвестицій, однак є виправданою у перспективі); підтримка конфіденційності інформації як суспільного блага, впровадження нових засобів контролю за кіберзлочинністю; підтримка глобальних систем комунікації.

США є монополістом в міжнародному інформаційному просторі; це – основний експортер не тільки програмного забезпечення, а й аудіовізуальних творів, телепрограм, кінострічок, музичної продукції, розважальної інформації та реклами. Разом із тим сьогодні дуже важливим є посилення впливу країн у таких регіонах, як Латинська Америка, Центральна і Східна Європа, країни арабського світу та Азійсько-Тихоокеанського району.

Пріоритети регулювання інформаційної сфери в розвинених країнах – підтримка досліджень і розробок у галузі інформації та комунікації; вплив на їх напрями (наприклад, підтримка освітньої та медичної сфери), заохочення ІТ-фахівців; сприяння обміну технологіями між фірмами, запровадження нововведень на ринках

В Україні створили державний інвестиційний фонд UNSF (Ukrainian National Startup Fund), щоб підтримати українські стартапи. Стартап має бути офіційно зареєстрований та більша частина команди перебувати в Україні.

Шляхи удосконалення ІТ-сфери України: створення прозорих та стабільних правил ведення бізнесу; гарантування йому безпеки бізнесу; створення адекватної фіскальної системи; підвищення ефективності державних замовлень і податкового регулювання; скорочення кількості контролюючих органів, усунення дублювання їх функцій; законодавче стимулювання науково-дослідних центрів та нових підприємств ІТ-сфери; сприяння розвитку внутрішнього ринку, зокрема продуктивних компаній; формування потрібної транспортної інфраструктури, зокрема прямих рейсів між аеропортами великих міст і популярними аеропортами-вузловими пунктами (Амстердам, Париж, Мюнхен, Франкфурт, Лондон); забезпечення якісної підготовки професійних кадрів для ІТ-сфери; впровадження

норм європейського права; покращення трудового законодавства; імплементація Конвенції про кіберзлочини; запровадження е-уряду та окремих елементів (е суд, е-закупівлі тощо); формування позитивного IT-іміджу України;

4. Тенденції розвитку світового ринку консалтингу та його особливості в Україні

Світовий ринок консалтингових послуг – це система міжнародних відносин з надання, обміну і впровадження консалтингових послуг. Стрімко трансформується з окремих суб'єктів вільного підприємництва у єдину світову індустрію. Тенденції розвитку консалтингу аналогічні тенденціям розвитку інтелектуальних послуг взагалі з певною специфікою, зокрема такою:

1. Глобалізація й транснаціоналізація ринку консалтингових послуг, його монополізація у рамках світового ринку. Суттєво відчутною є глобалізація групи фірм – лідерів управлінського консалтингу, які суттєво змінили весь світовий ландшафт галузі. Прикладом такої активної експансії (особливо в операційному консалтингу) виступають представники сучасної «Великої Четвірки»: PwC, Ernst & Young, KPMG та Deloitte; належать до лідерів світового консалтингового ринку, фактично визначають політику світової консалтингової індустрії. Спостерігається формування так званої асиметричної олігополії, коли багато фірм на ринку конкурують один з одною, проте водночас контроль за ринком здійснює невелика група лідерів. Водночас малі і середні фірми часто об'єднуються з великими компаніями.

2. Інституціоналізація ринку консалтингових послуг, тобто становлення інститутів, які організують, регулюють та сприяють зростанню економічної ефективності численних міжнародних консалтингових фірм. Основним завданням фахових асоціацій та інститутів консультування є забезпечення і гарантування високої якості консалтингових послуг і рівня професійної кваліфікації своїх членів.

3. Прогресуюча трансформація лідерів світового консалтингу з традиційних професійних об'єднань у сучасні бізнесорієнтовані організації. Супроводжується прискоренням процесу

їх транснаціоналізації, про що свідчить їх внутрішня структура.

Наприкінці 1980-х рр. міжнародні асоціації формувалися як партнерства національних організацій, які мали широку автономію. Вони лише координували окремі аспекти своєї діяльності. Коли посилювались процеси глобалізації і транснаціоналізації, умови їх функціонування суттєво уніфікувались, звичайна координація почала дедалі більше відставати від вимог ринку, що в результаті стимулювало значні трансформації. Останнім часом ключові рішення приймаються у штаб-квартирах та центральних офісах міжнародних організацій.

4. Водночас спостерігається посилення конкуренції серед самостійних гравців малого бізнесу. Дедалі більше вони схиляються до індивідуальної практики, мінімізуючи у такий спосіб загальні витрати. Вони більш конкурентоспроможні на внутрішніх національних ринках. Вирішують питання, пов'язані зі специфікою вітчизняної економіки.

5. Перехід до інтегрованого консалтингу, який вирішує взаємопов'язані завдання: економічна діагностика (аналіз, дослідження) проблемного поля, організація розв'язання проблем замовників (експертним чи процесним способом). Застосовується насамперед для виконання послуг пошукового та інноваційного характеру і допомагає систематизувати складні масиви даних для прийняття оптимальних рішень.

Найтипівішим прикладом універсалізації є розвиток фірм «Великої Четвірки», які об'єднали практично всі види аудиторських та консалтингових послуг. Раніше окрема консалтингова компанія була неспроможною диверсифікувати продуктовий портфель, бо дуже затратно підтримувати високу якість усіх видів послуг. Проте консалтингові ТНК мають таку можливість, це їхня нова ринкова орієнтація. Крім того, причиною універсалізації, або інтегрованого консалтингу є бурхливий розвиток інформаційних технологій, динамічні зміни поколінь консалтингових продуктів, злиття та поглинання компаній.

6. Інтелектуальна капіталізація, збереження та розвиток найголовнішого активу консалтингових компаній – кваліфікованого персоналу, його подальше удосконалення через постійне

підвищення кваліфікації та накопичення досвіду, нові методи мотивації їх праці. Наприклад, у великій консалтинговій компанії McKinsey розвиток бізнесу забезпечується створенням унікальної системи знань про зміст та наслідки проєктів, що виконані компанією. McKinsey володіє однією з найбільших, На розвиток систем накопичення знань компанія щорічно витрачає 150 млн доларів.

7. Бурхливий розвиток маркетингових технологій, який сприяв швидкому і стабільному розвитку найбільших консалтингових компаній. Впровадження так званого неформального маркетингу, непрямого маркетингу на додаток до традиційного маркетингу. Так, McKinsey&Company активно займається продажем своїх послуг через непрямий маркетинг, спираючись на вже існуючі відносини з клієнтами, надаючи послуги професійним громадам, організуючи різні презентації та майстер-класи.

8. Модернізація консультант-клієнтських відносин. Тісна співпраця консультантів з клієнтами, які в окремих випадках ставали повноправними учасниками консультаційної команди. Причини – зміна ставлення клієнтів до самих результатів роботи консалтингових фірм.

Якщо донедавна стандартним підсумком роботи консультантів вважався звіт по проєкту з висновками та рекомендаціями, то нині клієнти здебільшого очікують від них впровадження наданих рекомендацій та доведення їх до дієвих результатів. Важливим наслідком нової орієнтації на відчутний результат стало активне намагання консультантів тісно співпрацювати в ході робіт із співробітниками клієнта, які зазвичай залучалися до консультаційних команд як повноправні учасники.

Особливості розвитку консалтингового ринку України.

Для вітчизняного ринку характерне поступове збільшення обсягу ринку та якості послуг. Вагомим чинником є зростання конкуренції та попиту на якість, нові ідеї, досвідченість і талант консультанта. Розвиваються стратегії консалтингу, спрямовані на репутацію фірми, якість продукту, рівень цін, спеціалізацію. Значну роль у розвитку консалтингового ринку України відіграє стрімке зростання ринку IT-технологій, необхідність їх впровадження в практику консалтингу задля підвищення кон-

курентоспроможності компанії.

Водночас з боку іноземних компаній і ТНК зростає попит на консалтингові послуги, розробку, впровадження та супровід експортно-імпорتنих схем з метою мінімізації фінансових втрат, оптимізації бізнес-процесів, переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності тощо. Вони шукають свої ніші на нових ринках та шляхи сталого позиціонування на світовому ринку. Не останню роль відіграли торговельні війни та обмежувальні санкції, наслідком яких став пошук країнами нових ринків збуту. Зменшення обсягів ринку консалтингових послуг на тлі загострення соціально-економічної кризи в Україні відбувалося повільніше, ніж господарчого сектору загалом.

Останні 3–4 роки в Україні проходила реструктуризація консалтингового ринку. Вона полягала у такому: 1) збільшення частки українських компаній у наданні послуг, зменшення залежності вітчизняних підприємств від послуг іноземних експертів; 2) зростання частки консультацій з розробки і впровадження інформаційних технологій; з питань управління персоналом. Понад половину доходів вітчизняних консалтингових компаній отримують від реалізації послуг з управлінського консультування та ІТ-консалтингу. Найбільш розвинені: оціночна діяльність, перед і постприватизаційна підтримка, бізнес-планування і бізнес-проекування (при отриманні банківських та інших кредитів), інвестиційна підтримка, оптимізація податків.

Визначальною тенденцією консалтингового ринку України є його монополізація. Особливо відчутними є зростання концентрації і монополізації ринку юридичних послуг: наприклад, юридична фірма «Астерс» об'єднується з фірмою «Єгоров, Пугинський, Афанасьєв і партнери». Як результат, компанія стане найбільшою в Україні – 26 партнерів і понад 140 юристів у Києві і Вашингтоні. Крім того, спостерігається, з одного боку, зростання присутності в Україні іноземних міжнародних компаній і, з другого – транснаціоналізація вітчизняного юридичного бізнесу, вихід українських компаній на іноземні ринки, а отже, відбувається інтеграція та глобалізація бізнесу. Стрімко зростає кількість юристів-гастарбайтерів. Вітчизняні фірми змушені просуватися за кордон, щоб збільшувати активи

та прибуток.

ЗМІСТ

Лекція 1. Вступ в економіку сфери послуг.....	3
Лекція 2. Послуга та її властивості. Ринок послуг.....	13
Лекція 3. Регулювання ринку послуг.....	23
Лекція 4. Розвиток сфери соціально-культурних послуг.....	33
Лекція 5. Інформаційні та інтелектуальні послуги в сучасній економіці.....	43
Лекція 6. Закономірності розвитку сфери інтелектуальних та інформаційних послуг	54

Навчальне видання

Електронне видання

КАМІНСЬКА Тетяна Михайлівна

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ СФЕРИ ПОСЛУГ

Конспект лекцій

для студентів
другого (магістерського) рівня вищої освіти
галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальності 051 «Економіка»

Відповідальна за випуск *Л. С. Шевченко*

Редактор *О. І. Борисенко*

Комп'ютерна верстка *А. В. Старжинської*