

УДК 351.711

С. М. Домбровська,  
 д. н. держ. упр., професор, начальник Навчально-науково-виробничого центру  
 Національного університету цивільного захисту України  
 ORCID ID: 0000-0002-8627-0057

В. С. Баглик,  
 к. н. держ. упр., Національний університет цивільного захисту України  
 ORCID ID: 0000-0002-3724-2201

DOI: 10.32702/2306-6814.2019.10.105

## ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ФОРМУВАННЯ СЕРВІСНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ СФЕРИ ПОСЛУГ

S. Dombrovska,  
 Doctor of Science in Public Administration, Professor, Head of educational-scientific-production center  
 at National University of Civil Protection of Ukraine  
 V. Bahlyk,  
 Ph.D. in Public Administration at National University of Civil Protection of Ukraine

### STATE POLICY FORMATION OF SERVICE-ORIENTED ECONOMY OF THE SPHERE OF SERVICES

**У статті проаналізовано новітні підходи до державного регулювання розвитку сервісно-орієнтованої економіки сфери послуг в Україні. Визначено, що сектор послуг вносить важливий вклад у стабілізацію зайнятості працездатного населення, зростання загальної продуктивності праці й інноваційну динаміку національної економіки. Тому й у теоретичному, і в практичному аспектах відчувається потреба в поглибленні розуміння глобалізаційного фактора інноваційного прискорення в ключових секторах сфери послуг, до яких ставляться — стандартизація, регулювання й торгівля на основах розвитку сервісно-орієнтованої економіки.**

**У дослідженні було визначено ціль наукової публікації, яка полягала в дослідженні методів формування державної політики розвитку сервісно-орієнтованої економіки сфери послуг в українській державі.**

**Для цього було визначено коло проблем дослідження та розроблено напрями удосконалення існуючої державної політики для розвитку дієвої сервісно-орієнтованої економіки в державі.**

**The latest approaches to public regulation of the service-oriented economy development of the service industry in Ukraine have been analysed in the paper. It has been determined that the service sector makes an important contribution to stabilization of the employment of the able-bodied population, increases general productivity of labour and innovative dynamics of the national economy. Therefore, in the theoretical and practical aspects, there is a need to deepen the understanding of the globalization factor of innovative acceleration in key directions of the service sector, which include standardization, regulation and trade on the basis of the service-oriented economy development.**

**The objective of the scientific publication is to study the methods of the public policy formation of the service-oriented economy development of the service industry in Ukraine, which has been determined by the research.**

**For this, a number of the research issues have been identified and directions for improving the existing public policy for the development of an efficient service-oriented economy in the country have been developed.**

**Thus, market transformations in the Ukrainian economy have indicated that the market forces can have negative consequences that do not contribute to creative entrepreneurship in the service economy. This testifies to the need for the state to participate in the implementation of the strategic course of the service entrepreneurship development in order to concentrate public resources on the prioritised development directions. On the other hand, the global tendency of society socialization, the implementation of which has its conceptual beginning in non-material production, in general, and in the service sector, in particular, have not been considered sufficiently. There is an underestimation of the special functional role of the service delivery and production of the other non-material goods as a factor of adding a qualitatively different structure to the social production as a whole.**

***The abovementioned general provisions not only practically reduce investments in education, science, culture, health care and other vital industries that are designed to serve an expanded reproduction of "the human capital". In general, in the process of the socio-economic development of Ukrainian society the role of intelligence is decreasing, which, in its turn, has caused the lagging of the service industry infrastructure from time requirement and reduction of the needs satisfaction in different types of services.***

*Ключові слова: сервісно-орієнтована економіка, сфера послуг, державне регулювання сфери послуг.  
Key words: service-oriented economy, sphere of services, state regulation of the sphere of services.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Поступове посилення загальносвітових тенденцій випереджального розвитку сфери послуг, збільшення інтелектуальної складової в результатах будь-якого виробництва, тотальної інформатизації суспільства створюють умови, за яких економіка здобуває цілком певні сервісні риси. Вони висувають необхідність чіткого уявлення про закономірності, зміст і можливостях розвитку сервісної економіки, що особливо важливо для України, що вступила на шлях створення соціально орієнтованої ринкової економіки.

Становлення постіндустріального суспільства супроводжується спрямованим ходом економічних процесів, за яких з'являється більше можливостей для економічної волі учасників і створення світової системи поділу праці. У результаті зростає роль бізнесу й підприємництва. Бізнес розглядається в якості традиційної економіки, а підприємництво є інноваційною частиною економіки, у якій створюється до 80% ВВП, тобто основний приріст валового внутрішнього продукту (ВВП).

Таким чином, розвиток економіки в нових умовах вимагає вирішення питань взаємин зі споживачами, враховуючи всі стадії життєвого циклу продукції для визначення оптимальної ціни, тому що в економічному змісті придбання продукції є по суті, інвестиційним процесом. У цьому випадку зростає значимість експлуатаційних характеристик продукції, що визначають строк окупності вкладень у її придбання, а також рівень прибутку, який може бути забезпечений при її використанні. Такий підхід приводить до оцінки продукції з позиції споживчої вартості товару, а не з позиції витрат виробника. Неухильно зростає роль соціальної й екологічної складових економічної ефективності використання продукції.

Разом з тим, ринкові перетворення в українській економіці показали, що ринкова стихія може викликати негативні наслідки, які не сприяють творчому підприємству у сфері сервісної економіки. Це свідчить про необхідність участі держави в здійсненні стратегічного курсу розвитку сервісного підприємництва, з метою концентрації державних ресурсів на їх найбільш пріоритетних напрямках розвитку. З іншого боку, недостатньо враховується загальносвітова тенденція соціалізації суспільства, у здійсненні якої концептуальний початок належить нематеріальному виробництву, взагалі, і сервісній сфері, зокрема. Відбувається недооцінка особливої функціональної ролі виробництва послуг і інших нематеріальних благ, як фактора додання якісно іншої структури всьому суспільному виробництву.

Зазначені загальні положення знаходять своє практичне вираження не тільки в скороченні вкладень в освіту, науку, культуру, охорону здоров'я й інші життєво важливі галузі, покликані служити розширеному відтворенню "людського капіталу". У цілому відбувається зниження ролі інтелекту в процесі соціально-економічного розвитку українського суспільства, що у свою чергу, обумовило відставання інфраструктури сфери послуг від вимог часу й зниження задоволення потреб у різного виду послугах.

Система, що склалася об'єктивно вимагає створення й постійного вдосконалення методів державного регулювання розвитком сервісної економіки, що забезпечує надійний вплив держави на всі галузі соціальної сфери, а також процеси розвитку бізнесу й підприємництва. На цій основі повинне вирішуватися завдання розширення й поглиблення сервісного обслуговування всіх верств населення країни й регіонів з урахуванням створення найбільш сприятливих умов діяльності кожного колективу й працівника як виробника й споживача матеріальних благ і послуг. Досягнення подібного положення в суспільстві робить особливо важливими питання теорії й методики формування й удосконалення дієвої державної політики у сфері розвитком сервісної економіки. Тільки на такій основі стає можливим зміцнення ринкової економіки, орієнтованої на НТП. Усе це й визначило вибір теми статті, її актуальність і значимість.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Соціальна орієнтація ринкової економіки, державне регулювання соціальної сфери, можливості й спрямованість розвитку сервісної економіки в сучасному суспільстві одержали досить широке відбиття в дослідженнях вітчизняних і закордонних учених. Окремі питання цієї багатоаспектної наукової проблеми освітлені в працях [1—4].

### ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ

Формулювання цілей, постановка завдання ціллю даної наукової публікації є дослідження методів формування державної політики розвитку сервісно-орієнтованої економіки сфери послуг в українській державі.

Для цього необхідно: визначити коло проблем дослідження та розробити напрями удосконалення існуючої державної політики для розвитку дієвої сервісно-орієнтованої економіки в державі.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сервісна економіка, як ми вже відзначали вище, стає закономірним етапом переходу до диверсифікованості

виробництва, а потім до диференціації продукції при відмові від масового виробництва однотипної продукції, тому на передній план виходить стандартний "незавершений продукт". При цьому індивідуальне замовлення й соціально-економічний маркетинг стає основою гармонізації інтересів виробника, споживача й суспільства.

Такий підхід визначає зміст створення будь-якого сервісного підприємства, який полягає в створенні споживачів, тому що тільки пропозиція продукції в такій формі, щоб людина зацікавилася її придбанням, може породжувати адекватний попит.

З іншого боку, підприємства сервісного підприємництва можна розглядати як громадські організації, концепцією яких є групові інтереси. Згідно із цією концепцією підприємства розглядаються як організації, які для колективної, заснованої на поділі праці, виробництва товарів і послуг використовують ресурси, надавані постачальниками, інтереси яких у свою чергу задовольняються продукцією підприємств. Кінцевою метою такого підприємства є збереження того спільного знаменника, під який підводять приватні інтереси всіх партнерів, поки вони вважають, що вартість послуг, що здобуваються, вище їх ресурсних витрат. Тому підприємство як суспільна установа піддається впливу соціальних норм, культурних установок і моральних оцінок як на рівні своїх внутрішніх зв'язків, так і у відношенні із зовнішнім середовищем.

Адже сервісна економіка розбудовується під впливом різних факторів, що характеризують економічні умови й ділове середовище конкретних регіонів і муніципальних об'єднань, у яких функціонують малі й середні підприємства сервісу, а також індивідуальні підприємці [2, с. 115].

Визначення пріоритетних видів і форм сервісного підприємництва повинне бути засноване на прогнозно-аналітичній оцінці ситуації на конкретних територіях регіону (міста, району) з обліком можливих соціально-економічних наслідків. Насамперед перевага повинна бути віддана розвитку тих видів малого сервісного бізнесу, які є профільними для регіону (конкретного міста, муніципального об'єднання) і дають порівняно швидкий ефект у насиченні ринку необхідними товарами й послугами.

Особливості функціонування бізнес-структур сервісної економіки визначаються факторами, що впливають на підприємництво, його організаційними формами, а також функціями й технологіями роботи сервісного підприємця. Особливо численними є економічні фактори, до яких ставляться масштаби ринків і рівень їх розвитку, величина й розподіл доходів населення, рівень платоспроможного попиту й інтенсивність конкуренції в галузях, стійкість національної валюти, готовність населення вкладати свої заощадження в національну економіку, а також різні фактори, що впливають на вхідні бар'єри в галузевий сервісний бізнес і ділові ризики (доступність кредитів, стан основних фондів і ін.). Розвиток сервісної економіки країни повинне проходити в обох напрямках: збільшення ємності внутрішнього ринку й проникнення на зовнішній ринок, без чого неможливо стратегічний розвиток будівельного виробництва й економіки країни в цілому.

Тому аналізуючи тенденції розвитку організаційних форм сервісних підприємств, можна зробити висновок про те, що всі вони умовно діляться на індивідуальні й

організаційні форми партнерства, що представляють собою об'єднання сервісних підприємців, які спільно здійснюють свою діяльність на основі часткової власності. Індивідуальне підприємництво має соціальну значимість, мобілізує творчий потенціал і активізує інноваційну діяльність, але водночас має обмежені можливості до мобілізації капіталу власними ресурсами, обмеженість управлінських ресурсів підприємця його власним інтелектом і досвідом. В об'єднань сервісних підприємців більш широкі можливості для залучення капіталу за рахунок збільшення числа учасників, більш того, у них підвищується субсидіарна відповідальність, обумовлена організаційною формою [4].

Тим самим, результати функціонування сфери послуг вимагають відбиття взаємодії споживача й виробника, що припускає зосередження уваги державного регулювання на акті такої взаємодії, а не на виробничій діяльності підприємств різних галузей і особистості споживача, як учасника ринкових відносин.

Організацію сервісного після-продажного обслуговування необхідно розглядати як єдину систему, зміни в якій повинні проводитися з урахуванням взаємозв'язку її складових у статистиці й динаміці: структурній, функціональній, інформаційній й управлінській. Для забезпечення стабільного функціонування й розвитку після-продажного сервісу необхідно постійне вдосконалення складових — функціональної й управлінської, приділяючи при цьому більше уваги інформаційній складовій, яка є своєрідним датчиком зміни навколишнього середовища, що має стратегічне значення для успішної діяльності сервісних підприємств.

Підприємство, що бажає повністю використовувати сервіс як фактор комерційного успіху й підвищення конкурентоспроможності продукції й послуг, повинне створити ефективну службу після-продажного обслуговування й уже на стадії розробки виробу (послуги) закласти основи високого попиту на нього за рахунок забезпечення високої надійності, працездатності, якості і т.д.

Тому успішно функціонуючі підприємства сервісу повинні виконувати специфічні функції, спрямовані на задоволення суспільних і особистісних інтересів, незалежно від впливу змін зовнішнього середовища, що можливо тільки при наявності системи державного регулювання підприємством, здатної забезпечувати виконання основних функцій сервісного підприємства як соціально-економічної системи. При цьому головною функцією державного регулювання є планування й прогнозування діяльності сервісного підприємства, незалежно від його організаційно-правової форми й форми власності, тому що колектив повинен бути орієнтований на задану мету на основі свідомого вибору певного варіанта дій у конкретній зовнішній обстановці [3].

Одже, сервісне підприємництво охоплює своєю діяльністю велику кількість галузей, відрізняється різноманітністю видів послуг і безпосереднім зв'язком з потребами населення й підприємствами виробничої й невиробничої областей господарства конкретних регіональних територій, що визначає необхідність використання різноманітних методів і інструментарію в управлінні розвитком сервісної сфери з посиленням регіонального й місцевого аспектів. У зв'язку із цим стає важливим посилення ролі прогнозування, стратегічного планування,

розробки й реалізації цільових програм, що передбачають комбінацію всіх методів впливу на розвиток сервісної економіки. Функція такого впливу припускає наявність гнучкого неординарного способу організації системи державного регулювання, який виражається в нестандартному підході до вирішення проблем, застосуванні прогресивних методів сучасного стратегічного планування. Сутність ефективного управління сервісною економікою зводиться до одержання максимально можливого соціального ефекту від функціонування її об'єктів (у кількісному і якісному вираженні). Щодо цього функції, завдання й методи управління сервісною економікою повинні визначитися специфікою галузі й регіону, на території якого функціонують сервісні підприємства, включаючи також відомі сучасній науці й практиці елементи менеджменту й державного регулювання.

Для виконання складних сервісних проектів необхідна інформація: про продукт, послугу або процес; збуті й техніку продажів; ринку; сферах застосування продукту; документальному оформленні угод. Обсяг інформації і її спрямованість залежать від специфіки діяльності сервісного підприємства, від його клієнтури на ринках, від конкретних умов функціонування підприємства. Фактично сервісний підприємець повинен планувати продажі товарів і послуг, що виражається в складанні схем і планів ведення переговорів про продажі. У цьому зв'язку планування представляється необхідною функцією управління сервісним підприємством, тому що впорядковані, взаємопов'язані дії сприяють більш його ефективному функціонуванню й розвитку.

Для досягнення успіху у своїй діяльності в умовах твердої конкуренції сервісні підприємства повинні, насамперед створити привабливий імідж, тобто повинен скластися в масовій свідомості емоційно пофарбований образ або певна сукупність властивостей, які, на думку людей, є в підприємства, підприємця як індивідуальної особистості, що багато в чому визначає сприйняття клієнтами продукції й послуг, відношення клієнтів до підприємця. У створенні привабливого іміджу велике значення має фірмовий стиль сервісного підприємства.

При розробці бренд-стратегії необхідно враховувати перспективу діяльності підприємства. Фактично бренд можна назвати інструментом формування державної політики, використання якого повинне підвищувати ефективність управлінського процесу. Кваліфікація, уміння ефективно взаємодіяти й спілкуватися, розуміння змісту в обраній сфері діяльності є основними складовими успішної діяльності сервісного підприємця (підприємства) [1].

Для здійснення ефективної діяльності сервісного підприємства велике значення має дослідження соціально-психологічного портрета покупця послуг. Стиль життя використовується як індикатор індивідуальності, тому використання сегментації за стилем життя у сфері сервісу здобуває особливу значимість, для чого необхідні дослідження в області мотивацій і індивідуальності, системи цінностей (активність особистості, інтереси особистості, думки, соціально-демографічні характеристики особистості і т.д.).

## ВИСНОВКИ

Таким чином, ефективне функціонування сервісного підприємства можливо тільки при ефективній орга-

нізації мотиваційної структури, що характеризує співвідношення мотивів, які визначають поведінку людини. Це співвідношення формується під впливом генетичних факторів і факторів навколишнього середовища. При цьому характерно, що для успішної діяльності сервісного підприємства важлива мотивація не тільки власних працівників, але й споживачів його послуг.

Створення ефективних підприємницьких структур у сфері сервісу в умовах ринкової економіки припускає наявність розвитку системи бізнес-комунікацій, що відбивають взаємодію суб'єктів маркетингової системи в процесі сервісного підприємництва. Структура бізнес-комунікацій є найважливішим аспектом функціонування підприємства як соціально-економічної системи. Більше того, з розвитком нових інформаційних технологій (національних і міжнародних, комп'ютерних мереж даних, експертних систем, інтегрованих систем обробки інформації, електронних офісів) бізнес-комунікації стають більш оперативні, дозволяючи здійснювати організацію інтеграції сервісного бізнесу в міжнародному масштабі.

## Література:

1. Бьюкенен Дж. Конституция экономической политики [Электронный ресурс] / Дж. Бьюкенен. — Режим доступа: [http://www.lukyanenko.at.ua/\\_ld/1/114\\_\\_\\_\\_.pdf](http://www.lukyanenko.at.ua/_ld/1/114____.pdf)
2. Карпенко О. В. Механізми формування та реалізації сервісно-орієнтованої державної політики в Україні: дис.... д-ра наук з держ. упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління" / Карпенко Олександр Валентинович; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. — К., 2016. — 466 с.
3. Приходченко Л.Л. Принципи державного управління як теорія та інструмент забезпечення ефективності / Л.Л. Приходченко [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://stacionline.org.ua/pravo/28/1125-principi-derzhavnogo-upravlinnya-yak-teoriya-ta-instrument-zabezpechennyaefektivnosti.html>
4. Чернецька С.А. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму / С.А. Чернецька // Культура народів Причорномор'я. — 2012. — № 232. — С.85—88.

## References:

1. B'iukenen, Dzh. (1997), "The Constitution of Economic Policy", available at: [http://www.lukyanenko.at.ua/\\_ld/1/114\\_\\_\\_\\_.pdf](http://www.lukyanenko.at.ua/_ld/1/114____.pdf) (Accessed 12 May 2019).
2. Karpenko, O.V. (2016), "Mechanisms of formation and implementation of service-oriented state policy in Ukraine", Abstract of Dr.Sc. dissertation, Mechanisms of public administration, National Academy for Public Administration under the President of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
3. Prikhodchenko, L.L. (2009), "Principles of public administration as a theory and an instrument for ensuring efficiency", Available at: <http://stacionline.org.ua/pravo/28/1125-principi-derzhavnogo-upravlinnya-yak-teoriya-ta-instrument-zabezpechennyaefektivnosti.html> (Accessed 12 May 2019).
4. Chernetska, S.A. (2012), "Modern tendencies of development of international tourism", *Kultura narodov Prychornomor'ya*. Vol. 232. pp.85—88.  
*Стаття надійшла до редакції 13.05.2019 р.*