УДК 338.46

Олексин І. І.,
к.е.н., доц., доцент кафедри комерційної діяльності і підприємництва, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Анотація. *У статті розглянуто економічний механізм фінансово-господарської діяльності суб'єктів бізнесу на ринку послуг, що можна визначити як систему раціонально організованих інструментаріїв. За основу взято дослідження економіко-організаційної структури суб'єктів бізнесу, процесу ціноутворення, моделювання та встановлення комерційних зв'язків. Сформульовано основні складові економічного механізму функціонування ринку послуг. Наголошується, що пріоритетне завдання економічного механізму функціонування ринку послуг полягає в збалансуванні попиту та пропозиції. Підкреслюється, що економічний механізм дозволяє встановлювати як об'ємні, так і структурні співвідношення між платоспроможними потребами та послугами. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на створення оптимальної мережі інфраструктурного забезпечення ринку послуг.*

Ключові слова: економічний механізм, економічні регулятори, ефективність, маркетинг, попит, послуга, пропозиція, ринок послуг, сервісний процес, суб'єкти бізнесу.

Oleksyn I. I.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commercial Activity and Entrepreneurship, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

ECONOMIC MECHANISM OF FUNCTIONING OF SERVICES MARKET IN UKRAINE

Abstract. *The article examines the economic mechanism of financial and economic activities of businesses in the market of services that can be defined as a system of rationally organized tools. As a basis used the researches of economic and organizational structure of the business entities, the process of pricing, modeling and establishing the commercial links. The basic components of the economic mechanism of the services market functioning are developed. It is emphasized that the priority task of economic mechanism of services market functioning is balancing supply and demand. It is emphasized that the economic mechanism allows to establish the volumetric as well as the structural relationships between the solvent demands and provided services. Further research should be focused at creating an optimal network of infrastructural providing of services market.*

Keywords: economic mechanism, economic regulators, efficiency, marketing, demand, service, offer, market of services, servicing process, business entities.

Постановка проблеми. В умовах реформування методів господарювання першочергового значення набуває категорія ефективності, яка характеризується показниками зростання та використання прибутку, рентабельністю, втратами обігу, ефективністю фінансових відносин суб'єктів бізнесу на ринку послуг із бюджетами різних рівнів. Зумовлено це тим, що прибуток є важливою складовою фінансових ресурсів окремих суб'єктів ринку послуг і держави, а також основним не тільки об'єктом, але й інструментом регулювання економічного механізму та впливу на його ефективність. Економічний механізм фінансово-господарської діяльності суб'єктів бізнесу на ринку послуг дозволяє створити умови для вирішення цих завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний стан ринку послуг дає підставу стверджувати, що дія ринкових механізмів повинна доповнюватись економічним механізмом, оскільки без цього унеможливлюються успішна модернізація економіки, її структурне трансформування під ринковий попит і задоволення соціальних потреб людини та суспільства в послугах. Теоретичним підґрунтям висвітлення даних питань можуть слугувати праці вчених світової економічної науки: Дж. Витерса, К. Витермана, К. Лавлока, Мак-Дональда [2; 3] та інших науковців. У вітчизняній та зарубіжній літературі широко висвітлюють питання маркетингу [8] та менеджменту послуг; особливостей функціонування світового ринку послуг [6, 7]; сервісу та комплексного підходу до визнання сутності сфери послуг [5]; розвитку просторової системи послуг [4]. Вагомий

внесок у дослідження соціально-економічного розвитку сфери послуг зробили такі науковці: Н. Ващенко, Є. Воронова, Т. Кальченко, Ю. Коваленко, М. Мальська, О. Нестеров, А. Румянцев, Л. Петрашко, Т. Циганкова, І. Чаус, А. Шлійко та інші. Проте питання розвитку економічного механізму та аналізу інструментаріїв його регулювання є не достатньо висвітленими у наукових публікаціях.

Постановка завдання. Основною метою статті є дослідження економічного механізму функціонування ринку послуг України на основі дослідження економіко-організаційної структури суб'єктів бізнесу, процесу ціноутворення, моделювання та встановлення комерційних зв'язків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічний механізм фінансово-господарської діяльності суб'єктів бізнесу на ринку послуг можна визначити як систему раціонально організованих інструментаріїв, в тому числі економічних регуляторів для досягнення й вирішення об'єктивно зумовлених завдань, що постають у процесі надання та реалізації послуг [7].

Основними складовими економічного механізму функціонування ринку послуг є:

1. Економіко-організаційна структура - це оптимальна організаційна структура суб'єктів сфери послуг, яка включає форму власності організаційно-правової структури й передбачає виникнення найбільш динамічних, гнучких, доступних і активних форм підприємницької діяльності. Суттєве значення тут мають розташування бізнес-структур по наданню послуг та радіус обслуговування; наближеність до споживачів; рівень технічного оснащення; перелік послуг, що реалізуються; рівень сервісного обслуговування тощо. Не менш важливими серед організаційних елементів є освітній та кваліфікаційний рівень працівників, якість управління діяльністю суб'єкта бізнесу, якість фінансового менеджменту, рівень відповідальності менеджерів за організацію системи розрахунків між комерційними партнерами та споживачами.

2. Ціноутворення – забезпечення ефективної цінової політики суб'єктів бізнесу ринку послуг. Це передбачає детальне вивчення кон'юнктури ринку, оцінку цінової гнучкості, рівня цінової конкуренції та цінової стабільності на ринку послуг, врахування впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на процес ціноутворення, розробку стратегії зниження витрат обігу з метою регулювання цін на соціальні послуги.

3. Процес встановлення комерційних зв'язків – передбачає взаємодію суб'єктів ринку послуг із партнерами по бізнесу та налагодження ефективних комерційних зв'язків, гнучкість постачання сировинних ресурсів для надання послуг; партнерство суб'єктів ринку послуг із покупцями (вивчення й аналіз демографічних процесів: зміни чисельності населення, щільності населення на території, що обслуговується, його віковий склад, освітній і культурний рівень споживачів, регіональні особливості попиту населення, рівень номінальних і реальних доходів населення тощо); аналіз насичення ринку аналогічними послугами, прогнозування майбутньої динаміки цін конкурентів; поєднання взаємних інтересів суб'єктів бізнесу ринку послуг із комерційними партнерами і фінансово-кредитними установами, організація найраціональніших форм розрахунків між партнерами, розробка прогнозу фінансового розвитку – оптимальної структури активів та обсягів залучення й ефективного використання фінансових ресурсів.

4. Моделювання - це розробка поточних і перспективних програм розвитку суб'єкта бізнесу в разі зміни попиту на послуги, а також організаційного та ресурсного забезпечення задоволення попиту споживачів. На рис. 1 проілюстровано молекулярну модель на прикладі послуг пасажирських авіаперевезень.

Таким чином, економічний механізм функціонування ринку послуг включає:

- економічні регулятори ефективності використання основних фондів і предметів праці, грошових засобів, у тому числі кредитних ресурсів, трудових ресурсів;
- економічні регулятори взаємовідносин між контрагентами господарського процесу – постачальниками та споживачами, державними і фінансовими органами;
- економічні регулятори розподілу результатів фінансово-господарської діяльності суб'єктів бізнесу ринку послуг – валового та чистого прибутку.

У процесі надання та реалізації послуг перед суб'єктами бізнесу постає ряд завдань, зумовлених економічним механізмом його фінансово-господарської діяльності, а саме: управлінський процес, який включає в себе аналіз ситуації; розробку перспективних і поточних процесів діяльності відповідно до поставленої мети діяльності підприємницької структури; розробку стратегії та тактики регулювання збалансованості пропозиції послуг і попиту населення; забезпечення контролю системи дій, спрямованих на підвищення ефективності основних показників діяльності суб'єктів бізнесу на ринку послуг.

Пріоритетне завдання економічного механізму функціонування ринку послуг полягає в збалансуванні попиту та пропозиції [5].

Стан ринку послуг певною мірою в цілому по країні та окремим регіонам можна охарактеризувати обсягом та структурними співвідношеннями попиту (Dt) та пропозиції (St) у конкретному році (t) для всього періоду (T), в тому числі для окремих видів послуг (j) із всього їх переліку (n). Стан дефіцитного ненасиченого ринку послуг:

$$D_t > S_t, \left(t = 1,2,...,T\right), \tag{1}$$

$$D_{jt} \geq S_{jt}, \left(j = 1,2,..., n^*\right), \tag{2}$$

де n^* - перелік дефіцитних послуг, один.

$$D_{jt} \geq S_{jt}, \left(j = n^* + 1,2,...n\right). \tag{3}$$

В даній ситуації важливо, за допомогою яких факторів здійснюється приріст реалізації послуг (ΔQt). Передбачимо, що

$$\Delta Q_t = a_t \cdot \Delta Q_t + \left(1 - a_1\right) \cdot \Delta Q_t, \tag{4}$$

де αt - частка приросту виторгу за рахунок підвищення роздрібних цін на послуги (pjt); $(1-\alpha t)$ - частка приросту за рахунок розширення фізичної маси обігу та інших факторів.

Отже, обсяг реалізації, зведений до виручки від продажу послуг, повинен включати параметр (коефіцієнт) γt скритого несанкціонованого зростання цін у році *t*:

$$Q_t = \sum_{j=1}^{n} \gamma_{jt} \cdot \overline{p_{jt1}}, q_{jt} = \gamma_t \sum_{j=1}^{n} \overline{p_{jt-1}} - q_{jt}, \quad (5)$$

де *pt-1* – середня роздрібна ціна *j*-ої послуги в попередньому році *(t-1)*.

На період подолання дефіцитності, ненасиченого ринку послуг *(t = 1,2, ...,T′)* економічний механізм повинен сприяти максимальному забезпеченню співвідношення:

$$D_t \le S_t, \left(t = 1,2,...,T'\right), \quad (6)$$

$$n^* \to \min, \quad (7)$$

$$d_{jt} \le S_{jt}, \left(j = n^* + 1, n^* + 2,...n\right). \quad (8)$$

Крім того, для зменшення та регулювання інфляції важливо досягти, щоб:

$$\gamma_{t+1} < \gamma_{jt}, \quad (9)$$

$$\gamma_{jt} \to \min\left(t = 1,2,...,T\right). \quad (10)$$

Відповідно:

$$a_{t+1} \to \min, a_t \to \min. \quad (11)$$

Поряд із αt та γt досить характерними показниками інфляції проявляють себе також інші її складові. Зокрема, це відноситься до питомої ваги поточного незадоволеного попиту *ΔD*t = (Dt - St)* в загальній її величині *Dt*:

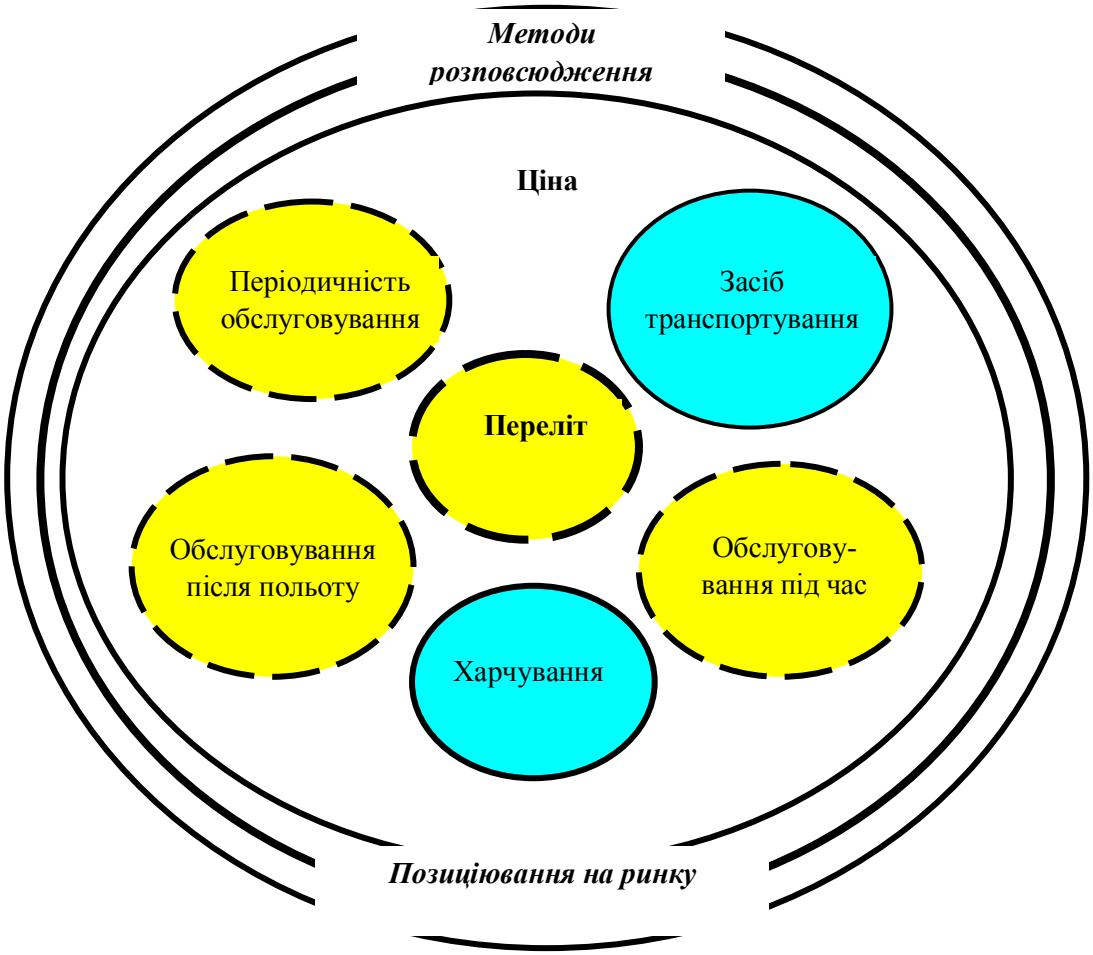
$$d_t = \frac{\Delta D_t}{D_t}, \quad (12)$$

а) питомій вазі накопиченого незадоволеного попиту:

$$\sum \Delta D_t^*, \left(t = t-1, t-2,...,T\right), \quad (13)$$

в загальній величині накопиченого попиту:

$$d_{jt} = \frac{\sum \Delta D_t^* + \Delta D_t}{D_{T^*}^*}, \quad (14)$$



Умовне позначення:

- відчутні елементи
- невідчутні елементи

Рис. 1. Молекулярна модель на прикладі послуг пасажирських авіаперевезень

де D^*T^* - загальна величина попиту на послуги, накопичена за період T^*;

б) питомій вазі грошових заощаджень населення:

$$u_{to} = \sum_{t=to}^{t} \Delta u_t \,, \qquad (15)$$

$$u_{t^*} = \frac{\sum u_{t^*}}{u_{to} + \sum \Delta u_t}, \qquad (16)$$

де *uto* – заощадження населення на початок періоду.

Отже, економічний механізм функціонування ринку послуг в межах товарно-грошових відносин діє на суб'єкт бізнесу, враховуючи попит конкретних груп населення та застосовуючи в якості інструментарію: баланс попиту та пропозиції послуг.

Економічний механізм дозволяє встановлювати та регулювати за допомогою грошових доходів та цін як об'ємні, так і структурні співвідношення між платоспроможними потребами та послугами, що реалізуються на визначеній території.

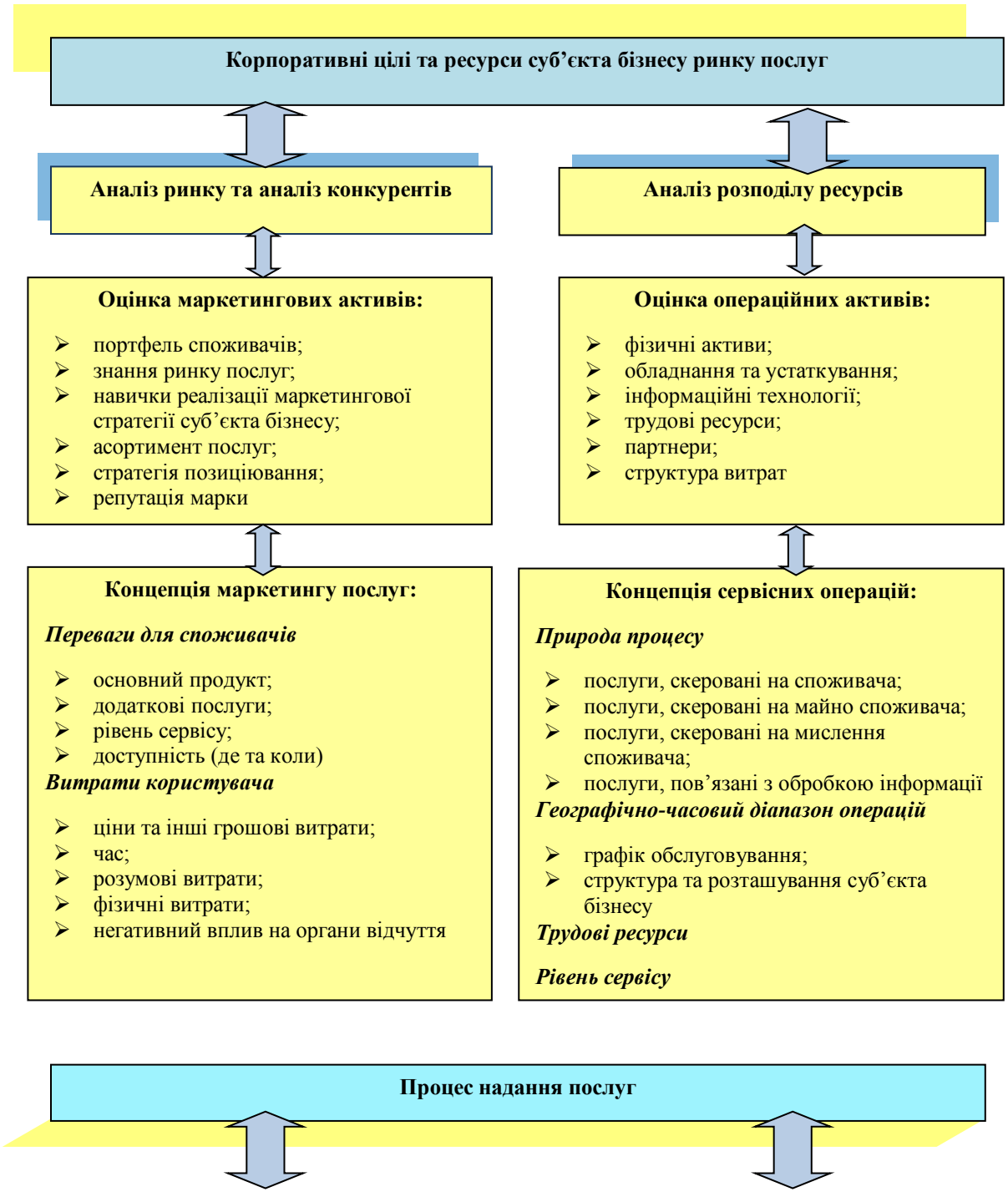


Рис. 2. Планування та створення сервісного процесу на ринку послуг

Підприємство входить складовою в основу ринку послуг (територіальний баланс попиту та пропозиції) двояко: з одного боку, грошовими доходами своїх працівників у частині попиту, з іншого, – наданням та реалізацією послуг, тобто в якості складової товарної пропозиції, що формується для певного регіону та країни в цілому. На рис. 2 проілюстровано процес планування та створення сервісного процесу бізнес-структур ринку послуг.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Матеріали дослідження, на нашу думку, є підставою стверджувати, що економічний механізм повинен функціонувати як безпосередньо в кожній окремій підприємницькій структурі ринку послуг, так і на рівні держави, що здійснює опосередковане регулювання. Дієвість економічного механізму на ринку послуг можливо забезпечити в тому разі, якщо він ґрунтується на: досконалій нормативно-правовій базі; розвинутій інфраструктурі ринку; чіткому функціонуванні органів управління.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на створення оптимальної мережі інфраструктурного забезпечення ринку послуг за рахунок: забезпечення рівнодоступності послуг по території країни та для окремих груп населення; комплексного використання поряд із стаціонарними установами та підприємствами соціально-побутового обслуговування для розосередженого населення пересувних кооперативів побуту, лікувальних та культурних закладів; ефективного використання віртуальних форм та методів надання послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В. Організація і технологія надання послуг : навч. посіб. / В. В. Апопій, І. І. Олексин, Н. О. Шутовська, Т. В. Футало. – К. : ВЦ “Академія”, 2006. – 312 с.
2. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / Лавлок К. ; [пер. с англ.]. – [4-е изд.]. – М. : Издательский дом “Вильямс”, 2005. – 1008 с.
3. Мак-Дональд М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по маркетинговому планированию / М. Мак-Дональд, Э. Пэйн ; [пер. с англ.]. – М. : Эксмо, 2009. – 448 с.
4. Мальська М. П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика) : монографія / М. П. Мальська. – К. : Знання, 2009. – 363 с.
5. Нестеров А. В. Сервис и услуги: комплексный подход / Нестеров А. В. – М. : ГУ ВШЭ, 2007. – 150 с.
6. Румянцев А. П. Світовий ринок послуг : навч. посіб. / А. П. Румянцев, Ю. О. Коваленко. – К. : ЦНЛ, 2006. – 456 с.
7. Світовий ринок товарів та послуг : у 2-х ч. : підручник / А. А. Мазаракі, Є. М. Воронова, І. В. Чаус, Н. П. Ващенко. – Х. : Ранок, 2008. – 240 с.
8. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг : підручник / Л. В. Ткаченко. – К. : ЦНЛ, 2003. – 192 с.
9. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля : навч. посібник / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко. – К. : КНЕУ, 2001. – 488 с.
10. Шлійко А. В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг : навч. посіб. / А. В. Шлійко. – К. : ЦНЛ, 2008. – 376 с.

REFERENCES

1. Apopij, V. V. Oleksyn, I. I. Shutovs'ka, N. O. and Futalo, T. V. (2006), *Orhanizatsiia i tekhnolohiia nadannia posluh,* VTs “Akademiia”, K., 312 s.
2. Lavlok K. (2005), *Marketing uslug: personal, thenologija, strategija,* 4 nd ed., Izdatel'skij dom “Vil'jams”, M., 1008 s.
3. Mak-Donal'd M. and Pjejn Je. (2009), *Sfera uslug. Polnoe poshagovoe rukovodstvo po marketingovomu planirovaniju,* Jeksmo, M., – 448 s.
4. Mal's'ka, M. P. (2009), *Prostorovi systemy posluh (teoriia, metodolohiia, praktyka),* Znannia, K., 363 s.
5. Nesterov, A. V. (2007), *Servis i uslugi: kompleksnyj podhod,* GU VShJe, M., 150 s.
6. Rumiantsev, A. P. and Kovalenko, Yu. O. (2006), *Svitovyj rynok posluh,* TsNL, K., 456 s.
7. Mazaraki, A. A. Voronova, Ye. M. Chaus, I. V. and Vaschenko, N. P. (2008), *Svitovyj rynok tovariv ta posluh*: U 2-kh ch., Ranok, Kh., 240 s.
8. Tkachenko, L. V. (2003), *Marketynh posluh,* TsNL, K., 192 s.
9. Tsyhankova, T. M. Petrashko, L. P. and Kal'chenko, T. V. (2001), *Mizhnarodna torhivlia,* KNEU, K., 488 s.
10. Shlijko, A. V. (2008), *Ekonomika pidpryiemnytstva na rynku tovariv i posluh,* TsNL, K., 376 s.