

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК: 334.021.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-88-2>**Борблік К. Е.**

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОКРЕМИХ ВИДІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ПОСЛУГ В УМОВАХ КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ

Досліджено особливості функціонування малого та середнього підприємництва у сфері послуг в умовах пандемії. Визначено складні економічні умови функціонування певних видів бізнесу у сфері послуг, які пов'язані з наслідками коронавірусної хвороби COVID-19. Визначено основні функції підприємництва у сфері сервісу. Проаналізовано актуальні питання формування особливостей ринку послуг у період карантинних обмежень. Обґрунтовано функціональні напрями ресурсозабезпечення окремих видів підприємництва у сфері послуг в умовах пандемії. Проведено аналіз показників економічного розвитку сфери сервісу у загальному обсязі комерційних підприємств. Виявлено тенденції розвитку підприємницької активності в розглянутих масштабах та запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності окремих видів підприємництва у сфері послуг в умовах пандемії.

Ключові слова: підприємництво, сфера послуг, пандемія COVID-19, малий та середній бізнес.

Постановка проблеми. Сьогодні інновації – це ключ до високого рівня конкурентоспроможності в усьому світі, створення великої кількості робочих місць, а також високої якості життя. Але у невизначених умовах карантинних обмежень питання функціонування окремих видів підприємництва у сфері послуг постають нагальною проблемою у складних економічних обставинах, що склалися сьогодні в країні. Високі витрати на створення та підтримку бізнесу, ефективність і гнучкість управління, здатність швидко реагувати на нові потреби ринку, бути готовим ризикувати – це важливі ринкові аспекти для малих і середніх компаній, що роблять їх ефективним інструментом для розроблення та здійснення прогресивних змін. У цьому контексті тема статті є актуальною та потребує подальших досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В умовах карантинних обмежень, що впроваджені через COVID-19, особливі заборони спрямовані на збереження здоров'я людей та підтримку демографічного стану країни, проте вони дуже негативно вплинули стан малого та середнього підприємництва і, як наслідок, на економіку країни. Сьогодні ця проблема стала активно обговорюватися в мережі Інтернет, на шпальтах періодичних видань та на телебаченні. З'являються більш ретельні дослідження із цієї проблематики (А. Ворфоломеев [9], Д. Денков [10]). Проте наукових досліджень щодо функціонування окремих видів підприємництва у сфері послуг в умовах карантинних обмежень, особливо на малий бізнес, недостатньо, тим більше що ситуація досить динамічна.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Окрім того, є кілька проблем, що уповільнюють розвиток даного ринку в умовах пандемії. На думку експертів, інноваційні продукти найчастіше мають спрямованість на місцевий ринок. У даному разі держава повинна бути активним споживачем інноваційних продуктів, забезпечуючи попит на них та подаючи приклад іншим учасникам внутрішнього ринку. Ще одна важлива міра стосується інструментів державного фінансування інновацій, у тому числі і в IT-сфері. Поступово їх слід переводити у формат державно-приватного партнерства, оскільки в чистому вигляді гранти не так ефективні.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є спроба поєднати інноваційні чинники, а точніше збільшити зацікавленість в інноваціях малого та середнього бізнесу у сфері послуг, та розробити нові економічні важелі функціонування підприємницького сектору економіки, тому що вирішення цього завдання має справити позитивний вплив на зростання економіки нашої країни в украй важких умовах сьогодення.

Виклад основного матеріалу. Послуга є дуже привабливим видом діяльності для підприємництва у цілому та в малому бізнесі зокрема. В умовах пандемії та карантинних обмежень ринок послуг являє собою явище нового економічного агента, де специфіка реалізації спільних економічних функцій у сфері послуг пов'язана з роллю споживача послуги. Ці орієнтовані на споживача послуги, ефективність яких на відміну від промислового виробництва визначається в першу чергу за

критеріями зовнішньої ефективності, вимагають задовольняти потреби конкретного споживача, тобто бути в потрібному місці, у потрібний час, у необхідній кількості та на належному якісному рівні [1].

Сьогодні орієнтація ділової активності в секторі послуг залежить від наявності специфічних особливостей послуг, пов'язаних передусім із такими властивостями, як індивідуальність споживання послуги та участь замовника в процесі виробництва послуг.

За своєю структурою ринок послуг розвивається відповідно до законів ринкової економіки, але разом із тим має низку специфічних особливостей, що призводить до особливого підходу в бізнесі та маркетингової діяльності, спрямованої на забезпечення задоволення попиту на ринку послуг.

Відмінні риси мають і суспільні відносини сервісних підприємств. Перш за все це виражається у тому, що для більшості підприємств, зайнятих наданням послуг споживачам, послуга має публічний характер (необхідність укладення договору з постачальником послуг). У контексті особливих умов, які визнані наслідками COVID-19, функції підприємництва представлено на рис. 1.

Ключові особливості ринку послуг полягають:

– у підвищених темпах динаміки ринкових процесів;

– у територіальній сегментації (форми обслуговування, попит і умови функціонування підприємств послуг залежать від характеристик району, охопленого конкретним ринком);

– у високій швидкості обороту капіталу (головне – бізнес-перевага сектору послуг, що є наслідком короткого виробничого циклу);

– у високій чутливості до змін ринкових умов;

– у специфіці організації процесу надання послуг;

– у високому ступені диференціації послуг (пов'язаних із диверсифікацією, персоніфікацією та індивідуалізацією попиту на послуги; розглядається як найбільш важливий стимул для інновацій у сфері послуг: дуже складна структура попиту призводить до появи нових, нестандартних послуг);

– у невизначеності результату сервісної діяльності (остаточна оцінка результатів можлива тільки після споживання послуг) [4].

Організація ресурсозабезпечення окремих видів підприємництва у сфері послуг в умовах пандемії має специфічні особливості:

По-перше, порівняно з промисловим виробництвом у цілому ринок послуг менше залежить від основної сировини. Лише деякі з галузей послуг вимагають величезних виробничих активів (телекомунікації, житлово-



Рис. 1. Функції підприємництва у сфері послуг

Джерело: складено автором за даними [2; 3]

комунального господарства, туризм і санаторно-курортне лікування, спрямоване на широкий спектр рекреаційного характеру).

По-друге, різні види послуг по-різному сприйнятливі до інноваційних рішень і, як наслідок, мають диференційовані показники темпів зростання продуктивності. Наприклад, професії перукаря, офіціанта, масажиста менш сприйнятливі до технічного прогресу, і темпи зростання продуктивності в даних професіях залишаються незмінними.

По-третє, у багатьох галузях надання послуг високої якості залежить від особистісних якостей працівників: їх утворення та професійної кваліфікації.

По-четверте, ресурсний потенціал включає у себе споживачів, які часто є безпосередніми учасниками процесу виробництва послуг. Під час отримання медичних послуг споживач повинен надати необхідну інформацію, щоб сформулювати проблему, обговорити можливі шляхи її вирішення, у кінцевому підсумку забезпечити належний результат надання якісної послуги. Тобто підприємство набуває можливості за допомогою інформації, отриманої від споживача, підвищити свою прибутковість та конкурентоспроможність на ринку надання послуг. Цей процес відомий як бенчмаркінг.

Окрім того, часто під час надання послуги забезпечується роль споживача як додаткового ресурсу сервісної служби підприємства (наприклад, уведення самообслуговування).

По-п'яте, головною перевагою та відмінною рисою функцій ресурсів у сервісному секторі визнається висока швидкість обороту капіталу підприємства за рахунок малого виробничого циклу. Динамічний характер показників гнучкості попиту на послуги значно вище, ніж у традиційному виробництві.

Інноваційна (творчо-пошукова) функція у сфері послуг має підвищені потреби в нових управлінських і організаційних рішеннях у веденні бізнес-процесів.

При цьому підприємства сфери обслуговування схильні до підвищеного ризику. У зв'язку із цим одним із ключових заходів організаційного та економічного механізму зниження ризику розвитку ділової активності у секторі послуг є розвиток маркетингу послуг, відповідно до якого передбачено спеціальні заходи щодо зниження негативного впливу сервісних функцій. Окрім того, роз-

ширенням функцій маркетингу поряд із науково-дослідними функціями, такими як стимулювання збуту та розподілу послуг, є функція взаємодії із замовником [5].

Специфіка функції інноваційної діяльності у сфері послуг визначається переходом від надання одиничної послуги до забезпечення єдиного набору послуг (пакетування послуг). Окрім того, конкуренція між продавцями товарів (які доповнюють товари додатковими послугами) і продавців послуг підвищує гнучкість творчо-пошукової функції підприємництва.

Соціальна функція пов'язана зі швидкістю створення нових робочих місць. Ці показники у цілому, як і раніше, вище, ніж у матеріальному виробництві. Поглиблення диверсифікації підвищує стійкість послуг в умовах економічного спаду та дає змогу заощадити час. Диференціація в умовах працевлаштування – часткова зайнятість – є найпоширенішою у торгівлі (особливо мережі), громадському харчуванні, охороні здоров'я, культурі, мистецтві, освіті й у компаніях невеликого розміру.

Організаційна функція підприємництва у сфері послуг особливо яскраво проявляється у можливості швидкого розвитку малого бізнесу [6].

Сьогодні малий бізнес є основним елементом економіки. За даними Держстату, на цих підприємствах працює близько 10% працездатного населення країни. Окрім того, близько 20% усіх необоротних активів припадає саме на цей сектор економіки. У табл. 1 представлено дані про кількість МСП, що здійснюють свою діяльність в Україні за видами економічної діяльності.

Виходячи з результатів аналізу показників, розглянутих у табл. 1, малий і середній бізнес має стійку тенденцію до зростання, тому необхідно організувати активну роботу для визначення шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності за рахунок підвищення якості обслуговування, оптимізації маркетингової політики та розширення спектра послуг, що надаються на регіональному рівні, беручи до уваги карантинні обмеження певного регіону [7].

Виявлені тенденції розвитку підприємницької активності в розглянутих масштабах свідчать про наявність низки проблем у сфері малого і середнього бізнесу, таких як:

Таблиця 1

**Частка підприємств сфери сервісу
в загальному обсязі комерційних підприємств, тис од.**

	Малі підприємства підприємства					Середні				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
Всього	1644269	1836432	2003038	2063126	2103780	25170	15945	13767	13684	13691
Підприємства сфери сервісу	47742	53070	56067	59152	63462	302	197	143	120	119

Джерело: узагальнено автором



Рис. 2. Кількість знову зареєстрованих підприємств малого бізнесу в Україні, тис. од.

Джерело: розроблено автором на основі [5; 6]

- недосконалість нормативної бази;
- наявність неадаптованої системи оподаткування, яка перешкоджає росту підприємницької активності у сфері послуг в економіці;
- прийняття програм підтримки розвитку малого та середнього бізнесу, що не враховує специфіку розвитку послуг, спрямованих на вирішення спільних питань фінансової, майнової, консультаційної та інформаційної підтримки малого бізнесу.

За даними Держстату, за підсумками III кварталу 2020 р. на проблеми у веденні бізнесу вказали 70% підприємців, що займаються ремонтом побутових виробів, та понад 60% керівників турагентств і готелів.

За статистикою, складеною Держстатом, можна зробити висновок, що малий бізнес в Україні розвинений слабо та кількість створюваних малих підприємств є вкрай низькою (рис. 2).

На недостатність фінансових ресурсів указали підприємці із сегментів послуг пасажирського транспорту, зв'язку, організації відпочинку, розваги, культури та спорту (67%, 42% і 48% відповідно) [8].

Учасники опитування, що представляють найбільш процвітаючі фінансові послуги, вважали однією з основних проблем велике звітне навантаження. Зокрема, на це вказали 83% представників ломбардного бізнесу (абсолютний рекорд за весь час спостереження) та 69% страховиків.

Негативний вплив нинішнього рівня оподаткування та дорогої оренди відзначили лідери ломбардів (55% та 40%); на високі ставки комерційних кредитів указали керівники станцій технічного обслуговування (35%).

Тиск недобросовісної конкуренції з боку інших компаній відзначили 35% респондентів із сегменту пасажирського транспорту;

відсутність нормативно-правової бази – 32% керівників ломбардів і 28% страховиків. Відсутність кваліфікованих робітників частіше за інших відзначали стоматологи та керівники підприємств пасажирського транспорту (26% і 23% відповідно). Пошук інвестицій для створення малого та середнього підприємства з метою реалізації будь-якого інноваційного бізнес-проекту і без того не найпростіший процес, звичайно, якщо ці проекти не розвиваються на базі великих майданчиків типу Google. Інвестори звертають пильну увагу до умов фінансування, терміну окупності, прогнозованого відсотку прибутковості [9; 10].

Висновки і пропозиції. На жаль, сьогодні в Україні можна помітити низьку інноваційну активність української економіки. Це пов'язано передусім із пандемією та її наслідками та недостатнім розвитком підприємництва в нашій країні.

Серед виявлених перешкод на шляху розвитку малого та середнього підприємництва ми також можемо виявити такі проблеми, як:

- недолік виробничих приміщень, що відповідають правилам протипожежної безпеки та санітарним нормам для малих та середніх підприємств побутового обслуговування населення;

- низька якість деяких послуг, а також можливість підвищення якості послуг, що надаються;

- цінові бар'єри в отриманні послуг громадянами з низьким і середнім рівнями доходу;

- асиметрія інформаційного ринку та недостатня інформованість населення про обслуговуючі підприємства та послуги, які вони надають;

- відсутність достатнього фінансового ресурсу.

Список використаних джерел:

1. Кириченко О., Кавас І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Київ : Фінансист, 2017. 653 с.
2. Кириченко О.А., Ваганов К.Г. Сучасна система управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2018. № 1. URL: <http://mer.fem.sumdu.edu.ua/ua> (дата звернення: 19.06.2021).
3. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959-ХІІ. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 20.06.2021).
4. Турчак В.В. Проблеми міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка»*. 2017. Т. 19. Вип. 3/1. С. 108–112.
5. Федоришина О.О. Проблеми інтеграції України до Європейського Союзу. *Ефективна економіка*. 2016. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1103> (дата звернення: 22.06.2021).
6. Дикань В.Л., Обруч А.В. Україна в глобальній міросистемі: особливості та наслідки державної економічної політики. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. Вип. 59. С. 11–19.
7. Дикань О.В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 57. С. 58–66.
8. Полякова О.М., Хорошаєва Є.В. Соціальна відповідальність малого бізнесу як його конкурентна перевага. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. Вип. 60. С. 33–39.
9. Ворфоломеев А.В. Вплив COVID-19 на українські виробничі підприємства та допомога у відновленні нормальної роботи: звіт за результатами опитування Центру ресурсоефективного та чистого виробництва. Київ : Центр ресурсоефективного та чистого виробництва, 2020. 24 с.
10. Вплив COVID-19 та карантинних умов на економіку України / уклад. Д. Денков, А. Каракуч, Ю. Щедрін. Київ : Центр прикладних досліджень, 2020. 56 с.

References:

1. Kirichenko O., Kavas I. (2017) Menedzhment zovnishnoekonomichnoyi diyalnosti [Management of foreign economic activity]. Kyiv: Finansist. (in Ukrainian)
2. Kirichenko O.A., Vaganov K.G. (2018) Suchasna sistema upravlinnya zovnishnoekonomichnoyi diyalnistyu pidpriyemstva [Modern management system of foreign economic activity of the enterprise]. *Mekhanizm reguluvannya ekonomiki*, no. 1. Available at: <http://mer.fem.sumdu.edu.ua/ua> (accessed 19 June 2021).
3. Pro zovnishnoekonomichnu diyalnist : Zakon Ukrayini vid 16.04.1991 r. № 959-III. [On foreign economic activity: Law of Ukraine of April 16, 1991 № 959-XII]. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua> (accessed 20 June 2021).
4. Turchak V.V. (2017) Problemi mizhnarodnoyi konkurentospromozhnosti ukrayinskih pidpriyemstv [Problems of international competitiveness of Ukrainian enterprises]. *Visnik Odeskogo nacionalnogo universitetu. Seriya: Ekonomika*. Odesa, no. 3/1, pp. 108–112.
5. Fedorishina O.O. (2016). Problemi integraciyi Ukrayini do Yevropejskogo Soyuzu [Problems of Ukraine's integration into the European Union]. *Efektivna ekonomika*. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1103> (accessed 22 June 2021).
6. Dikan V.L., Obruch A.V. Ukraina v globalnoj mirosisteme: osobennosti i posledstviya gosudarstvennoj ekonomicheskoy politiki [Ukraine in the global world system: features and consequences of the state economic policy]. *Visnik ekonomiki transportu i promislovosti*, no. 59, pp. 11–19.
7. Dikan O.V. Rozvitok malogo biznesu v Ukrayini: problemi ta shlyahi zabezpechennya [Small business development in Ukraine: problems and ways to ensure]. *Visnik ekonomiki transportu i promislovosti*, no. 57, pp. 58–66.
8. Polyakova O.M., Horoshayeva Ye.V. (2017) Socialna vidpovidalnist malogo biznesu yak jogo konkurentna perevaga [Social responsibility of small business as its competitive advantage]. *Visnik ekonomiki transportu i promislovosti*, no. 60, pp. 33–39.
9. Vorfolomeyev A.V. (2020) Vpliv COVID-19 na ukrayinski virobnichi pidpriyemstva ta dopomoga u vidnovlenni normalnoyi roboti: zvit za rezultatami opituvannya Centru resursoefektivnogo ta chistogo virobnictva [Impact of COVID-19 on Ukrainian manufacturing enterprises and assistance in restoring normal operation: report on the results of a survey conducted by the Center for Resource Efficient and Clean Production]. Kyiv: Centr resursoefektivnogo ta chistogo virobnictva. (in Ukrainian)
10. Dyenkov D., Karakuc A., Shedrin Yu. (2020) Vpliv COVID-19 ta karantinnih umov na ekonomiku Ukrayini [Impact of COVID-19 and quarantine conditions on the economy of Ukraine]. Kyiv: Centr prikladnih doslidzhen. (in Ukrainian)

Борблик К. Э.

ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет»

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КАРАНТИННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ**Резюме**

Исследованы особенности функционирования малого и среднего предпринимательства в сфере услуг в условиях пандемии. Определены сложные экономические условия функционирования определенных видов бизнеса в сфере услуг, связанных с последствиями коронавирусной болезни COVID-19. Определены основные функции предпринимательства в сфере сервиса. Проанализированы актуальные вопросы формирования особенностей рынка услуг в период карантина. Обоснованы функциональные направления ресурсобеспечения отдельных видов предпринимательства в сфере услуг в условиях пандемии. Проведен анализ показателей экономического развития сферы сервиса в общем объеме коммерческих предприятий. Выявлены тенденции развития предпринимательской активности в рассматриваемых масштабах и предложены пути повышения конкурентоспособности отдельных видов предпринимательства в сфере услуг в условиях пандемии.

Ключевые слова: предпринимательство, сфера услуг, пандемия COVID-19, малый и средний бизнес.

Borblik Karyna

State Higher Education Institution «Pryazovskyi State Technical University»

FEATURES OF FUNCTIONING OF CERTAIN TYPES OF ENTERPRISE IN THE FIELD OF SERVICES IN THE CONDITIONS OF QUARANTINE RESTRICTIONS

Summary

The article analyzes the theoretical foundations of the functioning of small and medium-sized enterprises in the service sector. Difficult economic conditions have been identified for the functioning of certain types of business in the service sector associated with the consequences of the coronavirus disease COVID-19. An innovative approach is proposed (creation of an innovative product aimed at the external market) in shaping the development of the service sector, the transition to instruments of state financing of innovations – a system of public-private partnership. The features of the functioning of small and medium-sized enterprises in the provision of services in the context of a pandemic have been studied. The direction of business activity in the service sector is considered, an integrated approach is used in the field of business and marketing activities. The main functions of entrepreneurship in the service sector are determined. The current issues of the formation of the features of the service market during the period of COVID-19 quarantine restrictions are analyzed. The functional directions of resource provision of certain types of entrepreneurship have been substantiated and their separate influence on the service sector in a pandemic has been revealed. The analysis of indicators of the economic development of the service sector in the total volume of commercial enterprises, as well as an analysis of the low efficiency of services in the field of business in the context of the COVID-19 coronavirus pandemic. The main problems and obstacles for the development of small and medium-sized enterprises in the provision of services under quarantine restrictions have been identified. According to the results of a survey of the business sector, the most profitable financial services were identified, which tend to increase economic indicators, which, in turn, will contribute to an increase in financial revenues to the country's budget. Trends in the development of entrepreneurial activity on the scale considered are identified and ways to increase the competitiveness of certain types of business in the service sector in the context of a pandemic are proposed.

Keywords: entrepreneurship, services, COVID-19 pandemic, small and medium business.