

самобутнього українського менеджменту спричиняють низький рівень продуктивності праці, конкурентоспроможності та ефективності керівництва українськими підприємствами. Проте організаційна культура може бути вдосконалена через ряд заходів: децентралізація, забезпечення гласності в управлінні, соціалізація, гуманізація праці, налагодження соціо-психічного клімату в колективі.

Список використаних джерел:

1. Крупський О. П. Організаційна культура: сутність, види, особливості імплементації в Україні / О. П. Крупський // Економічний вісник національного гірничого університету. – 2014. – №1. – С. 29–38.
2. Крупський О. П. Культура в організації: роль менеджера в забезпеченні збалансованого підходу / О. П. Крупський // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. – 2014. – Т.19, Вип 3(3). – С. 63–67.
3. Дроніна М. С. Протиріччя в мотивації управлінського персоналу промислових підприємств / М. С. Дроніна, Т. С. Черкашина // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2013. – №1. – С. 4–15.

Щербина К. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА
СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

Сфера послуг – важливий сектор економіки, що надзвичайно швидкими темпами зайняв провідні позиції в розвинутих країнах світу.

За останні десятиріччя в світі склалась тенденція переходу значимості в економіці та взагалі в світосприйнятті від матеріального до інформаційного, електронного та нематеріального. ВВП високо розвинутих країн зазнало змін у структурі. Якщо раніше більшу долю складала промисловість, то нині у високо розвинутих країнах сфера послуг перейняла на себе першість. Наприклад, частка сфери послуг в ВВП США, Франції, Нідерландів складає 70 %. Така тенденція характерна і для середньо розвинутих країн, що володіють особливими природними умовами та рекреаційними ресурсами за рахунок туристичних послуг (сфера послуг у ВВП Туніса, Камбоджи, Єгипту – 60 %).

Значний внесок в дослідження даної теми внесли вчені Дж. Белл, З. Бжезінський, Дж. Гелбрейт, П. Друкер та інші.

Ринок послуг в Україні розвивається неоднозначно, що пов'язано з рядом

історичних причин. Ринок послуг сформувався за часи планового централізованого управління державою, а тому тотальний контроль бізнесу, монополізація та незначне фінансування зумовили ряд проблем у розвитку ринку послуг, що знаходять своє відображення і нині.

Сфера послуг розвивається в Україні нестабільно і диференційовано, нерівномірно зосереджений бізнес послуг як за структурою, так і за регіональним розміщенням. Ринок послуг найкраще функціонує у великих містах та курортних зонах (туристичний бізнес). Щодо структурного характеру сфери послуг, обсяг сфери реалізованих нефінансових послуг складає більше половини (особливо транспорт – 22 %), інформації і телекомунікації – 10 %, охорона здоров'я – 4 %, освіта – 3 % [1].

За даними Державної служби статистики України у 2016 р. на ринку послуг функціонувало 61,3 тис. підприємств, що на 15 % менше від минулорічних показників, в 1 кварталі 2017 р. цей показник збільшився до 63,8 тис. [1]. Це пов'язано насамперед з нестабільним фінансово-економічним станом в країні. Кількість зайнятих в сфері послуг також знизилася за останні роки і така тенденція зберігається.

Для розвитку сфери послуг необхідне залучення інвестицій. Державні інвестиції в даний сектор досить незначні, тому залучення іноземного капіталу, передових технологій, знань, науково-технічних досягнень сприяло б розвитку сфери послуг, збільшенню конкурентоспроможності, підвищенню якості обслуговування.

Насамперед, для розвитку ринку послуг необхідно розробити та втілити в життя стратегічні плани щодо створення відповідної інфраструктури, підготовки висококваліфікованих кадрів, реалізації норм, стандартів обслуговування в країні та дотримання міжнародних стандартів сервісу, формування рівня якості. Однак, всі ці стратегії не можуть бути втілені життя без вирішення загальних макроекономічних проблем. Розвиток однієї сфери неможливий без налагодження стабільної ринкової ситуації в країні, підвищення рівня життя – головного фактору формування попиту на послуги (особливо туристичні, готельно-ресторанні, страхування). До того ж існує суттєва проблема тіньового бізнесу. Передусім підприємництво сфери послуг знаходиться в малому бізнесі, який за своїм характером є нестабільним та ризикованим, особливо в Україні. Ще однією

проблемою для розвитку ринку послуг, точніше для конкретної її складової – готельно-ресторанного бізнесу є високий рівень використання франчайзингу. З однієї сторони це є можливістю, з іншого – перешкодою з боку транснаціональних компаній розвитку національного бізнесу.

Україна має ряд перспектив розвитку ринку послуг:

По-перше, завдяки процесам глобалізації, інтернаціоналізації, включенню України до європейської спільноти, впровадженню безвізового режиму, налагодженню економічних відносин з новими державами та міждержавних відносин неекономічного характеру, можливості України в розвитку ринку послуг розширюються.

По-друге, Україна має потужний природно-рекреаційний потенціал для розвитку туристичного бізнесу.

По-третє, науково-технічний потенціал та високий рівень освіченості населення, тобто наявність висококваліфікованих кадрів дають можливість розвитку ринку інформаційних технологій.

Отже, Україна має передумови та можливості розвитку ринку послуг, однак для цього необхідно вирішити комплекс взаємоузгоджених завдань. А саме: створення сприятливих умов для підприємництва у секторі ринку послуг, державне фінансування та залучення іноземних інвестицій, налагодження правового регулювання якості обслуговування, розвиток комерційної системи інформаційного забезпечення, підтримка малого та середнього бізнесу, вдосконалення місцевого регулювання. Перехід сфери послуг країни на більш якісний рівень може зробити Україну конкурентоспроможним учасником на світовій арені у сфері торгівлі. Розвиток перспективної в даний час сфери-ринку послуг в Україні може активізувати економіку загалом та підвищити рівень життя населення та інші соціальні показники.

Список використаних джерел:

1. Співак Л. С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці / Л. С. Співак. – К., 2002. – 192 с.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Крупський О. П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств / О. П. Крупський // Вісник Дніпропетровського національного університету. Серія: Менеджмент інновацій. – 2015.