

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра менеджменту

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
за освітньо-професійною програмою
«Менеджмент організацій і адміністрування»
спеціальності 073 «Менеджмент»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему: « Аналізування системи послуг на підприємстві»

Виконав:	студента групи ЕкмМ-21с Газель Володимира Любомировича	_____
Науковий керівник:	Доц. Кривешко О.В. <i>(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання)</i>	_____
Рецензент:	<i>(ПІБ, посада, назва підприємства/установи)</i>	_____

Львів – 2022

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
Економічний факультет
Кафедра менеджменту

ДРУГИЙ (МАГІСТЕРСЬКИЙ) РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ
за освітньо-професійною програмою «Менеджмент організацій і адміністрування»
спеціальності 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Завідувач кафедри менеджменту

_____ проф. Кундицький О. О.
« ____ » _____ 2022 р.

З А В Д А Н Н Я
на кваліфікаційну роботу магістра

Газель Володимир Любомирович

прізвище, ім'я, по-батькові

1. Тема роботи: «Аналізування системи послуг на підприємстві» _____

затверджена на Вченій раді факультету від «15» грудня 2021 р., протокол № 5.

2. Термін подання завершеної роботи: 01 грудня 2022 року.

3. Вихідні дані до роботи: _____

4. Перелік питань для розробки роботи (зміст розрахунково-пояснювальної записки): РОЗДІЛ І. СУТЬ, МІСЦЕ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНА РОЛЬ ПОСЛУГ В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗУВАННЯ СИСТЕМИ ПОСЛУГ ФОП ПЕТРИШИН Д.І.

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПОСЛУГ ФОП ПЕТРИШИН

Д.І.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):

Робота містить 5 рисунків, 3 таблиць . Список використаних джерел складається із 60 найменувань.

6. Консультанти з роботи (із зазначенням розділів роботи, до яких вони відносяться):

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Доц. Кривешко О.В.		
Розділ 2	Доц. Кривешко О.В.		
Розділ 3	Доц. Кривешко О.В.		

7. Дата видачі завдання: _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Найменування етапів	Термін виконання	Примітка, підпис
1.	Вибір теми та затвердження попереднього плану роботи	до 15.12.2021 р.	Виконано
2.	Підбирання та аналізування теоретичної бази дослідження. Написання першого розділу роботи	до 01.03.2022 р.	Виконано
3.	Підбирання та аналізування практичного матеріалу. Написання другого розділу роботи	до 01.07.2022 р.	Виконано
4.	Напрацювання та розробка рекомендаційних заходів та пропозицій. Написання третього розділу роботи	до 01.09.2022 р.	Виконано
5.	Оформлення вступу та висновків	до 10.09.2022 р.	Виконано
6.	Подання роботи на перевірку на ознаки академічного плагіату	до 31.09.2022 р.	Виконано
7.	Доопрацювання роботи відповідно до зауважень наукового керівника, рецензента та результатів перевірки на плагіат	до 31.11.2022 р.	Виконано
8.	Подання готової переплетеної роботи на кафедру	до 01.12.2022 р.	Виконано

Газель В.Л.

Студент _____

Науковий керівник _____

Доц. Кривешко О.В.

АНОТАЦІЯ

Газель Володимир „ Аналізування системи послуг на підприємстві ” Магістерська кваліфікаційна робота. – Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 2022.

У роботі розглядаються роль, місце та тенденції формування ринку послуг в трансформаційній економіці України. Визначено чинники зростаючої ролі сфери послуг в індустріально розвинутих країнах та обґрунтована необхідність прискореного її розвитку в економіці України. Виокремлено високу диференційованість товару-послуги в одному й тому ж виді діяльності сфери послуг, уточнено трактування послуги в економічній системі, мінливість та залежність ціноутворення від економічних та неекономічних факторів, від детермінованих якісних ознак послуги. Проаналізовано тенденції розвитку ринку послуг з точки зору видів діяльності у сфері послуг та в регіональному аспекті. Розроблено методологію статистичної класифікації видів послуг, їх виміру та порівняння з іншими сферами народного господарства. Розроблено шляхи поліпшення державного регулювання ринку послуг з метою забезпечення економічної стабільності та підвищення якості життя населення.

Ключові слова: блага, державне регулювання, діяльність, доходи, конкурентне середовище, платоспроможний попит, послуги, потреба, пропозиція, ринок, ціна, товар, трансформаційна економіка.

ANNOTATION

Gazel V. "Analysis of the service system at the enterprise" Master's thesis. - Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, 2022

The role, place and tendencies of the formation of the service market during the transformation economy of Ukraine are considered in the thesis. The factors of an increasing role of a service sphere in the industrially developed countries have been defined; and the necessity of its speedy development in Ukraine's economy has been grounded.

The high differentiation of goods – services of one type of activity in a service sphere and the service treating in the economic sphere, changing in and depending price-formation on economic and non-economic factors as well as on determined qualitative service signs have been separated.

The tendencies of service market development from the point of view of types of activity in a service sphere and in regional aspect have been analysed.

The methodology of the statistical classification of all service types, their measurement and comparison with other spheres of national economy have been worked out.

The ways of improvement of the state regulation of the service market the purpose of ensuring the economic stability, and increasing the quality of people's living have also been worked out.

Key words: welfare, state regulation, activity, income, competitive surroundings, solvent demand, services, supply, needs, market, price, transformation, economy.

ЗМІСТ

Вступ.....	2
РОЗДІЛ І. СУТЬ, МІСЦЕ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНА РОЛЬ ПОСЛУГ В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ	6
1.1. Задоволення потреб-необхідний мотив розвитку сфери послуг	6
1.2. Послуга – як специфічний товар	22
1.3. Економічна природа сфери послуг та її роль в сучасній економіці	37
Висновки до першого розділу	
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗУВАННЯ СИСТЕМИ ПОСЛУГ ФООП ПЕТРИШИН Д.І.	52
2.1. Загальна характеристика господарської діяльності ФООП Петришин Д.І.	52
2.2. Аналізування фінансово-майнового стану ФООП Петришин Д.І. Аналізування системи послуг вантажних перевезень	55
2.3 ФООП Петришин Д.І.	67
Висновки до другого розділу	79
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПОСЛУГ ФООП ПЕТРИШИН Д.І.	82
3.1 Розроблення напрямків вдосконалення системи послуг ФООП Петришин Д.І.	82
3.2 Економічне оцінювання напрямків вдосконалення системи послуг ФООП Петришин Д.І.	92
3.3 Висновки до третього розділу	101
ВИСНОВКИ.	103
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	106
ДОДАТКИ	113

Вступ

Актуальність теми. У сучасних умовах розвитку економіки України все більш актуальності та ваги набирає сектор економіки, який не створює матеріальне виробництво. Все більш у життя суспільства входять різноманітні послуги та роботи, які вирішують проблеми споживачів та полегшують існування людям. Сфера послуг у вітчизняній економіці набирає все більшу частку, і ця частка з кожним роком зростає. Ринок послуг є надзвичайно великим і різноманітним, а перелік послуг ведеться вже на тисячі. Тому й не дивно, що проблематика управління послугами останніми роками звучить ще гостріше.

Характеристику окремих аспектів сфери послуг висвітлено в працях Дж. Бастіа, А. Сміта, Ж-Б. Сея, К. Маркса, А. Маршалла та ін. Обґрунтування тези про зростання ролі сектора послуг у розвитку сучасної економіки знаходить своє підтвердження в працях таких зарубіжних учених, як Дж. Белл, З. Бжезінський, Дж. Гелбрейт, П. Друкер, М. Кастельє, К. Кларк, У. Ростоу, А. Тоффлер та ін. Значний внесок у дослідження названої проблеми зробили такі вчені, як В. Апошій, Г. Башнянін, А. Босак, І. Бочан, Т. Бурменко, Н. Даниленко, В. Геєць, В. Герасимчук, Б. Данилишин, В. Зайцев, В. Козик, І. Крючкова, В. Куценко, Е. Лібанова, С. Мочерний, Я. Остафійчук, Л. Панкова, А. Філіпенко, Г. Шутак та ін.

Проблематика послуг, їх якості та управління якістю послуг досліджують у працях вітчизняних вчених, таких, як О. Амоші, Б. Андрушківа, А. Дубоделової, О. Кузьміна, А. Азарової та О. Гіль [1], О. Денєги та Л. Овдій [3], Т. Ковальнової. [4] Т. Конті [5], Л. Лосюк [6], Н. Мачуги [7], М. Науменка [8, 9], О. Погайдак [10, 11] К. Танькової [12], Т. Марченка [13] та інших.

Слід відмітити, що найбільший розвиток у дослідженні процесу надання послуг зробили європейські, японські, а особливо американські науковці, такі як К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик [14], Е. Шуїнг та М. Джонсон [15].

Розробка та створення послуг – важливий крок в створенні цінності та задоволення споживача. Процес купівлі послуги – явище, в якому споживач вступає в контакт з будь-якою стороною організації та отримує враження від послуги. В процесі купівлі (продажу) послуги задіяні: споживач, постачальник послуги (працівник фірми), система постачання послуги, фізичне оточення, і власне, сама послуга.

Мета магістерської кваліфікаційної роботи полягає в аналізуванні системи послуг ФОП Петришин Д.І.

Завданнями магістерської кваліфікаційної роботи є:

- дослідити теоретико-методичні основи системи послуг
- проаналізувати фінансово-майновий стан ФОП Петришин Д.І.;
- проаналізувати системи послуг вантажних перевезень ФОП Петришин Д.І.;
- розробити напрямки вдосконалення системи послуг ФОП Петришин Д.І.;
- провести економічне напрямків вдосконалення системи послуг ФОП Петришин Д.І.

Об'єктом магістерської кваліфікаційної роботи є система послуг вантажних перевезень ФОП Петришин Д.І.

Предметом магістерської кваліфікаційної роботи є аналізування системи послуг ФОП Петришин Д.І.

Методи досліджень. У бакалаврській кваліфікаційній роботі використано такі методи досліджень: аналіз, синтез, індукція, дедукція, графічний метод, статистичний метод, методи економічного аналізу, абстрагування, метод групування, метод зіставлення, метод оптимізації тощо.

Практична значущість магістерської кваліфікаційної роботи полягають у тому, що всі розроблені заходи та рекомендації щодо вдосконалення системи

послуг ФОП Петришин Д.І. можуть бути використанні в практиці діяльності автобази ФОП Петришин Д.І.

У першому розділі магістерської кваліфікаційної роботи “Суть, місце та функціональна роль послуги в економічній системі” визначено субстанцію послуги, її економічну суть як специфічного товару, функціональну роль послуги в забезпеченні добробуту людини та підвищенні її кваліфікаційного рівня. Розкрито структурну динаміку сфери послуг, її зростаючу роль в розвитку економіки.

У другому розділі магістерської кваліфікаційної роботи здійснено аналізування системи послуг ФОП Петришин Д.І.; наведена характеристика господарської діяльності ФОП Петришин Д.І.; здійснено аналізування фінансово-майнового стану ФОП Петришин Д.І.; проведено аналізування системи послуг вантажних перевезень ФОП Петришин Д.І.

У третьому розділі магістерської кваліфікаційної роботи розроблено напрями вдосконалення системи послуг ФОП Петришин Д.І, розроблений кошторис витрат на покращення системи послуг вантажних перевезень автобази, проведено економічне оцінювання напрямків вдосконалення системи послуг ФОП Петришин Д.І.

Розділ 1. Суть, місце та функціональна роль послуг в економічній системі

1.1. Задоволення потреб – необхідний мотив розвитку сфери послуг.

Сучасні тенденції в розвитку споживання, що супроводжуються підвищенням добробуту та зміною структури споживчих пріоритетів, характеризуються різким зростанням ролі послуг в системі потреб людини. Такий стан обумовлений по-перше, високим рівнем розвитку сфери матеріального виробництва, завдяки чому досягається повне товарне забезпечення населення при зменшенні кількості зайнятих в цій сфері. Крім того, науково-технічний прогрес, як зазначають О.В.Батура та А.Л.Риженко, “відчиняє широкі можливості для переходу галузей послуг на якісно новий рівень, пов’язаний зі становленням нового технологічного засобу виробництва в народному господарстві України” [9, 3]. По-друге, суттєвим моментом розширення сфери послуг є нове уявлення про зміст складових якості та рівня життя (здоров’я, харчування, житло, домашнє майно, включаючи одяг і взуття, послуги, культурне забезпечення, умови праці, умови відпочинку, соціальне забезпечення, соціально-побутові умови тощо). Людство все більше усвідомлює міру своєї людської принагідності, долаючи вузькоматеріальні підходи до визначення умов життя.

При вирішенні проблеми матеріального забезпечення людини, все більш вагомішого значення набувають культурно-моральні та духовні цінності. Дослідники системності об’єктів, характеризуючи системи і “організовані складності”, визначають системи як взаємодію великого числа змінних [11, 26]. Інший автор праць про системи – Л. фон Берталанфі: “Тенденція досліджувати системи як деяке ціле, а не як конгломерат частин відповідає тенденції сучасної науки не ізолювати явища, що досліджуються, в вузькообмеженому контексті, а вивчати насамперед взаємодію ...” [11, 24]. Виходячи з цього, можна зробити

висновок про взаємодію різних за характером чинників, що сьогодні визначають пріоритети та структуру цінностей та потреб і складають субстанцію, мотиваційний момент розвитку сфери послуг на сучасному етапі.

Питання про потреби завжди були в центрі уваги філософської і економічної думки. Ще Платон зауважував, що “всі люди підпорядковуються смакам” і смак є невід’ємним заохоченням в житті людей. Він розглядав потреби як силу, яка створює спільні поселення людей, їх спільне існування, суспільство, державу [9, 130]. Дідро писав, що людська діяльність направляється задоволеннями [17, 51], і що “природні потреби людей роблять їх залежними один від одного... зв’язують і об’єднують їх” [38, 36]. Дійсно, задоволення потреб в нових товарах чи послугах, в нових засобах транспорту чи зв’язку об’єднують людей в організації спільних досліджень і освоєнні нових дорогих технологій виробництва. Аналізуючи історичний розвиток Гегель приходить до висновку, що “...дія людей витікає з їх потреб, ...їх інтересів, і лише вони грають головну роль” [19, 20].

Аналізуючи роль праці в розвитку самої людини, Ф.Енгельс пояснював діяльність людей виходячи з їх потреб [75, 493]. Ці та інші теоретичні заключення класиків філософської думки підводять до висновку, що потреби є висхідним моментом не тільки теоретичного пояснення економіки, але й мотиваційного механізму її практичного функціонування. Менгер надав потребам більшої ваги, заявивши: “Людина зі своїми потребами і своєю владою над засобами задоволення останніх складають матірній і кінцевий пункт всякого людського господарства.” [79, 89].

В ході суспільного розвитку потреби постійно зростають. Закон зростання потреб, що був сформульований економічною наукою, складає вічний мотиваційний локомотив прогресу суспільного розвитку. Розширення потреб веде до необхідності їх задоволення, що в свою чергу спонукає до пошуку нових видів надання послуг. Ступінь задоволення потреб визначається рівнем матеріального виробництва та розвитком інфраструктури, індустріалізацією та економічною

культурою, культурою споживання та рівнем управління національною економікою. В цілому можна зробити загальний методологічний висновок, що вирішення проблеми стабільності соціальної системи може бути забезпечене не шляхом вдосконалення окремих її елементів, а вирішенням проблеми “управління всім техніко-політико-економіко-природним комплексом” [19, 96].

Будь-яка діяльність людини залежна як від її потреб, так і від об’єктивних умов. Ці умови – суть явища природи і суспільства, зміна яких підвладна об’єктивним законам. Тільки знання і врахування об’єктивних закономірностей існування суспільства дозволяє людині міняти ці умови в визначеному напрямку, тобто реалізовувати свою мету. На сучасному етапі економісти повинні усвідомити, що уявлення про природу, людину і соціальну взаємодію надто обмежені і тому сучасна економічна теорія повинна звертати більше уваги на тісний міждисциплінарний зв’язок при дослідженні економічних явищ. Про органічний взаємозв’язок економіки з іншими науками зазначав і П.Самуельсон: “Соціологія, політична наука, психологія і антропологія - все це соціальні науки, предмет вивчення яких частково збігається з предметом економічної теорії” [12, 17].

Особливість потреби як вихідного внутрішнього стимулу діяльності людини заключається в тому, що на цьому рівні спостерігається найвищий ступінь залежності цього суб’єкта від відповідного зовнішнього середовища. Завдяки потребам та систематичному їх задоволенню (споживанню), зовнішні умови буття можуть переходити у внутрішні: умови формують потреби, в той же час самі потреби розвиваються у відповідності до зовнішніх умов. Така діалектика внутрішнього і зовнішнього, яку можна прослідкувати через призму потреб та розвитку сфери послуг. Завдяки тим природнім умовам, в яких живе людина, відбувається, як писав К.Маркс, примноження її власних потреб, здібностей, засобів і способів праці [75, Т 23, 522]. В цьому аспекті розвиток сфери послуг є реакцією на необхідність задоволення постійно зростаючих потреб людини. Діалектика

взаємозв'язку зростання потреб та розширення сфери послуг є вічним двигуном суспільного прогресу та зростання економічного потенціалу.

Постійне збільшення виробництва товарів і послуг та їх споживання утворює економічне зростання суспільства. Через призму економічного зростання аналізуються різні підходи і погляди економістів, формується власна позиція адекватності економіки історичним, національним та іншим традиціям. Аналогічним чином досліджується роль і значимість сфери послуг в економіці. Взаємозв'язок потреб, трудової діяльності, обміну послуг та споживання можна прослідкувати на прикладі абстрактної схеми, яка дозволяє охопити послідовність та мотиваційний механізм економічної діяльності по наданню послуг. Означена схема відображає діалектичний взаємозв'язок споживання з трудовою діяльністю та обміном.



Споживання - це задоволення потреб. В нашій схемі потреба виступає в двох іпостасях: в ролі спонукаючого елемента функціонування економічної системи і в ролі кінцевої мети економічної діяльності. Крім того, задоволення потреб здійснюється через механізм обміну нематеріальних благ, тобто послуг. Тому теоретичний аналіз суті та структури потреб через призму взаємовпливу на характер обміну послуг складає висхідний момент нашого дослідження.

Розглядаючи взаємозв'язок потреб з мотивацією, А.Маршалл аналізує окремо потреби, що витікають з діяльності людини [76, 151]. Сюди він відносить бажання самовдосконалення людини, зростання професіоналізму, творчий пошук, раціоналізаторство, зростання попиту на послуги висококваліфікованих професій. В індустріально розвинутій країні нові види діяльності відкривають шлях до нових видів потреб. Цей процес взаємообумовлений. Процес задоволення потреб – це

лише момент здійснення будь якої діяльності. На кожному кроці своєї діяльності людині властиво братись за нові справи, а, завершивши їх, знову братись за іншу діяльність. Потяг до постійного задоволення все зростаючих потреб якраз і складає мотиваційну основу діяльності людини.

Сучасні тенденції в розвитку споживання, що пов'язані зі стимулюючою роллю підвищення добробуту і зміною структури споживчих пріоритетів. Людство відходить від стереотипів “суспільства споживання” і все глибше визнає міру свого людського призначення, долаючи вузькоматеріальні підходи до визначення умов життя, коли в розумінні переважаючої частини забезпеченого населення виступає система культурно-моральних та духовних цінностей. Дж. Хіршляйфер відмічає, що економісти повинні визнати, що уявлення про природу, людину і соціальну взаємодію надто обмежені, в кінцевому рахунку, хороша економіка повинна бути також доброю антропологією, соціологією, політологією і психологією.

Економічне значення потреби, як економічної категорії, пов'язано з конкретизацією уяв про споживання людини та про суб'єктивну її діяльність. Людина виступає в двоякій іпостасі. Як живий організм вона постійно потребує задоволення життєво необхідних потреб. Як людський індивід або як член суспільства (сім'я, рід, громада, народ) вона формує і відповідну соціально-економічну групу, в рамках якої і відбувається задоволення потреб. При чому, задоволення потреб окремого індивідуума в рамках соціально-економічної групи відбувається нерівномірно. У зв'язку з цим можна зазначити, що потреби формуються на різних рівнях суспільства (державному, колективному чи індивідуальному). Кожний з цих рівнів володіє певними особливостями, внутрішньою специфікою. У відповідності до задоволення означених потреб і формується відповідна структура надання послуг. Всі види потреб взаємопроникають один в одного, створюючи нескінченний “водовід” людських прагнень і бажань, складне розмаїття факторів, що обумовлює їх строкату картину результатів цих прагнень, що проявляються в діях і вчинках людей.

Перехрещення потреб цих суб'єктів, їх збіг, об'єднання і розходження, співпадання і конфронтація є абстрактно-теоретичним відображенням суперечливих реальних явищ взаємодії конкретних людей стосовно виробництва, розподілу та споживання матеріальних благ. Відбиття одного рівня формуючих потреб в другому створюють складну економічну систему, принципи розвитку і функціонування якої необхідно вивчати з позицій сучасного рівня розвитку суспільства, принципів його існування. Сучасні досягнення в економічній науці вже базуються на цілісному аналізі потреб та поведінки людей, на прийнятті ними рішень. Стосовно взаємозв'язку потреб та розвитку сфери послуг можна зазначити, що люди, усвідомлюючи своє призначення в суспільстві, все більше переконуються, що, окрім матеріальних потреб, вищим рівнем є задоволення духовних потреб.

В ході наукового пошуку ми будемо звертатися лише до тих видів потреб, які прямим чином розкривають взаємозв'язок розвитку потреб та сфери послуг. В економічній літературі використовується значна кількість критеріїв, за допомогою яких здійснюється класифікація потреб. Серед них виділяються генетичний, життєдіяльний та кількісний [8, 49]. Так, згідно з генетичним критерієм, потреби поділяють на фізичні, соціальні і інтелектуальні. Генетичний принцип характеризує природу виникнення потреб і прямо не пов'язаний з економічною діяльністю людини. Однак, під впливом розвитку суспільних і матеріальних умов міняється сама структура і обсяг фізичних, духовних, виробничих та соціальних потреб, спосіб і засоби їх задоволення. На це звертали увагу багато економістів [75, 18].

Одночасно задовольнити всі потреби людина не може. В кожному конкретному випадку необхідно вирішувати, яка потреба задовольняється одразу, а яка відстрочується на пізніше. Класифікація та ранжування потреб здійснюється в залежності від ознак, які взяті за основу класифікації. Найбільш

визнаною в економічній теорії є класифікація потреб за А.Маслоу. Потреби людей Маслоу об'єднав у п'ять основних груп, назви яких показано на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Класифікація потреб по Маслоу [80, 370].

- 1) фізіологічні потреби, задоволення яких є першочерговим і необхідним для фізіологічного виживання;
- 2) потреби в безпеці та захищеності, задоволення яких передбачає захист людини від фізичної та психологічної небезпеки з боку навколишнього середовища і впевненість в тому, що фізіологічні потреби будуть задоволені і в перспективі;
- 3) соціальні потреби – включають почуття приналежності до суспільних явищ, почуття, що тебе визнають і сприймають інші;
- 4) потреби в повазі – необхідність самоповаги, компетентності, визнання;
- 5) потреби самовираження – потреби в реалізації своїх потенціальних можливостей та росту як особистості.

Методологія ієрархії потреб по Маслоу передбачає врахування наступних послідовних положень:

- наявність у кожної людини потреб;
- кожна людина має одночасно кілька різних потреб, які взаємодіють;
- після задоволення однієї потреби на її місце стає інша незадоволена потреба;
- поведінку людини визначає найнижча незадоволена потреба ієрархічної структури;
- потреби вищого рівня починають активно впливати на поведінку людини лише після того, як задоволено потреби нижчого рівня.

Кожний рівень ієрархії потреб по-своєму впливає на поведінку людини. Перш за все, це диктується значимістю кожного рівня потреб в життєдіяльності людини. Так, фізіологічні потреби, що породжені фізіологією людини, є первинними, природженими. Це потреби в їжі, воді, одязі, повітрі, охороні здоров'я тощо. Визнання суспільством в особі держави гарантованості задоволення фізіологічних потреб кожним громадянином є, на сьогодні, революційним кроком в гуманізації суспільства. Власне, гуманізація суспільства передбачає стрімкий розвиток сфери послуг, щоб можна було задовольняти нематеріальні потреби.

Класифікація потреб на матеріальні та духовні дозволяє зрозуміти об'єктивну субординованість першочерговості задоволення в товарах і послугах, у відповідності до ієрархії Маслоу. Медичні послуги також можна віднести до задоволення потреб першої необхідності. Задоволення життєво необхідних потреб людини та усвідомлення кожним гуманності існування суспільства ставить перед державою та суспільством завдання задоволення означених потреб кожною людиною на Землі. З точки зору кількісної характеристики, потреби можна класифікувати на абсолютні, дійсні та платоспроможні. Така класифікація характеризує необхідність та можливість задоволення потреб. Абсолютні потреби – це всі бажані людиною потреби; дійсні – абсолютні потреби, що можуть бути

задоволені в залежності від рівня ресурсних і технологічних можливостей виробництва. В свою чергу платоспроможні потреби це потреби, що забезпечені грошовим чи іншим еквівалентом. Абсолютні потреби не обмежені, дійсні – обмежуються рівнем виробництва, а платоспроможні обмежуються ефективністю виробництва та характером (способом) розподілу. Останні, як правило, менші від абсолютних і від дійсних, так як вони обумовлюються не тільки можливостями виробництва, але й платоспроможністю споживачів.

Аналіз потреб та цінностей стосується в першу чергу продукту діяльності нематеріального виробництва (невиробничої сфери), яке необхідно розглядати в двох аспектах: по-перше, в політекономічному, що відображає у великій мірі суть цієї категорії; по-друге, в статистичному, що відображає в основних рисах як суть, так і форму цього виду суспільного виробництва. Відповідно до першого підходу зміст нематеріального виробництва складає сукупність наступних галузей і видів діяльності: науки і наукового обслуговування, управління, народної освіти, культури і мистецтва, охорони здоров'я і фізичної культури, нематеріальних форм побутового обслуговування. Згідно з другим підходом до складу сфери нематеріального виробництва увійдуть підприємства, установи і організації наступних галузей: науки, наукового обслуговування; управління в частині господарської діяльності; народної освіти; культури і мистецтва; охорони здоров'я і фізичної культури; транспорту і зв'язку; комунального господарства і побутового обслуговування населення; оптової і роздрібною торгівлі і громадського харчування; матеріально-технічного постачання, збуту, заготівель. Нарівні з ними до складу нематеріального виробництва доцільно включити кооперативні, акціонерні, приватні і інші підприємства, зайняті виробництвом послуг, а також інформаційно-обчислювальні центри та інші аналогічні підрозділи, що обслуговують підприємства, установи, організації, населення і такі, що створюють інформаційний продукт.

Самі потреби вдосконалюються, розвиваються і ускладнюються з плином розвитку людської культури, звичаїв, традицій, інформованості тощо. В зміст потреби включаються не тільки матеріальні цінності, а й різного роду інші цінності, що і є висхідним мотиваційним пунктом постійного зростання сфери послуг. Все це означає зв'язок потреб не тільки з рівнем матеріального виробництва, але й з духовною та науковою культурою суспільства. Потреби, корисність, цінність, вартість – цілий ряд економічних категорій, які в тій чи іншій мірі доповнюють одна одну і які становлять висхідну субстанцію розвитку сфери послуг.

Спочатку французи А.Тюрго та Е.Кондильяк (кінець 18 початок 19 століть) виводили вартість з об'єктивно існуючої потреби. Емпіричний підхід дозволив наступним поколінням економістів поглибити вчення корисності та вартості. Марксистська політична економія розглядала корисність як об'єктивну властивість товару в його уречевленій формі. Економісти австрійської школи виводили корисність зі споживчої поведінки. Суб'єктивність трактовки корисності потрібно сприймати не як не науковий підхід, що дуже часто у вітчизняній літературі трапляється, а як те, що матеріальні блага корисні не самі собою, а тому, що вони задовольняють ті чи інші потреби людей. Тобто, з точки зору споживача, а не з точки зору блага (товару) визначається корисність. Звідси й сформульовано закон понижаючої корисності продукту. У відповідності до закону насичення потреб, послідовне споживання якого-небудь блага володіє понижаючою корисністю для споживача.

В економіці задоволення потреб залежить не тільки від корисності блага, а й від платоспроможності споживача. Економічна наука для пояснення функціональної взаємозалежності використовує теорію бюджетної лінії [43, 63-67]. Бюджетну лінію можна представити формулою:

$$I = P_x X + P_y Y ,$$

де I – місячний дохід споживача, X та Y – два вида товарів: P_x , P_y – ціни товарів X та Y .

Діяльність кожної окремої людини чи суспільства в цілому підпорядкована реалізації відповідних цілей, в основі яких лежать потреби. Задоволення потреб здійснюється через споживання, якому завжди передує розподіл. В умовах зростання кількісних і якісних характеристик індивідуальних і сукупних потреб з одного боку, а з іншого - обмеженість матеріальних благ, що можуть бути використані для досягнення своїх цілей, загострюють проблему задоволення потреб кожної людини. Тому аналіз ринкових відносин неможливий без попередньої характеристики формування та задоволення потреб, і при цьому вирішення останніх передбачає розгляд ринкового механізму.

Необхідно зазначити, що існує інший аспект вивчення потреб, це вивчення внутрішнього змісту самих потреб, їх ступеню матеріальності чи духовності¹. Перш за все, це об'єкт потреб, його властивості. В той же час поведінка людини (суб'єкта) прямо залежить від ступеню задоволення ієрархії потреб, тобто потреб першої необхідності, другої і т.д. Зазначимо, що з розвитком матеріального виробництва та духовного життя суспільства кількість видів благ, товарів та послуг постійно зростає і нараховує більше одного мільйона. Протягом кожних 10-и років кількість видів споживчих товарів і послуг збільшується більше ніж в 2 рази при одночасному збільшенні обсягу споживання деяких з них. В ході суспільного розвитку потреби постійно зростають.

Дійсне теоретичне відтворення реального життя може бути отримане лише при умові врахування всіх трьох видів стимулів людської діяльності, що відображають відповідні сфери суспільства: матеріальну, соціальну і духовну. “Коли мова йде про соціальні системи, – підкреслює В.П.Кузьмін,- то тут суттєво значущі у всякому разі три параметри: а) ступінь задоволення основних потреб; б)

¹ Цей аспект потреб нами не розглядається, так як надання послуга є зовнішнім проявом потреби.

історичний ступінь вирішення соціальних проблем; в) актуальні соціально-психологічні, культурні і духовні проблеми суспільства, що визначають їх специфіку” [64, 225]. Якщо перша група проблем концентрується навколо потреб, друга – навколо інтересів, то третя група зв’язана перш за все з системою цінностей. Кожний з параметрів – матеріальний, соціальний і духовний – має десятки різних форм і відтінків, але їх прояв здійснюється через розгалужену систему надання послуг.

Сьогодні гостро постало питання щодо розмежування категорій благо, потреба, цінність та корисність. Цінність, на наш погляд, є розгорнутим тлумаченням блага в якості отриманої речі, реалізованої корисності. А корисність необхідно трактувати як властивість блага задовольняти людські потреби. Тобто, економічні потреби з етимологічної точки зору є зворотньою стороною корисності. Економічна корисність – це корисність, яка реалізується через механізм співвідносності витрат і вигод. Економічні потреби – це платоспроможні потреби, задоволення яких супроводжується відповідними витратами людської діяльності.

Система цінностей й визначає, на наш погляд, усвідомлення необхідності в послугах. Наприклад, прагнення людей до пізнання світу на сучасному етапі сформували потребу в туристичних, інформаційних, наукових та інших послугах. На думку Ф.Хайєка, цінність – це вказівка на властивість предмета або будь-якої діяльності служити задоволенню людських потреб, вона визначається в результаті обміну і не інакше як взаємоузгодженням індивідуальних граничних норм заміщення (або еквівалентності) різних товарів і послуг [40, 166]. Зростання цінності відбувається лише завдяки існуванню людських цілей та намірів і має сенс лише стосовно них. Економічна цінність показує, в якій мірі різні речі здатні задовольняти відповідну шкалу цілей – ту чи іншу з множини розрізнених індивідуальних цілей. Тобто, якщо в людини (чи людей) з’явилась ціль зробити модну зачіску, то тим самим вона формує потребу у наданні відповідної послуги. Або, коли, наприклад, з’явилась досить захоплююча пісня, як це було з “Червоною

Рутою” Софії Ротару, то різко піднявся попит на касети з цією піснею. Таких прикладів зі сфери послуг можна навести безліч, головне зрозуміти механізм взаємозв’язку розвитку самих цінностей у людини з роширенням потреб у послугах.

Представниками маржиналізму К.Менгером, Є.Бем-Баверком, У.Джевансом і Л.Вальрасом в основі вартості було закладено принцип сприйняття суб’єктом (людиною) цінності блага. Оцінки індивідуумами споживчих благ у залежності від інтенсивності задоволення потреб та рідкості блага, як суб’єктивна оцінка, відігравали головну роль у формуванні попиту та ціноутворення. Маржиналісти, на противагу представникам класичної економічної теорії, звернули увагу на індивідуальну поведінку споживача, виходячи з корисності потреби (блага)². В економічній літературі проводиться розмежування “блага” і “потреб” на прикладі автомобіля, який можна розглядати як засіб пересування, як можливість забезпечення комфорту, як засіб досягнення визнання і як засіб самовиразу [38, 29]. Філософське розмежування сутності “блага” і “потреб” має значення для нашого предмету дослідження лише в аспекті визначення граничних меж ціни на різного роду послуги в процесі їх надання на ринку послуг.

Категорія цінності як суспільного блага не може зводитись лише до об’єктивної корисності та затрат на його створення. Це посянюється тим, що для об’єктивізації корисності необхідний вибір суб’єктом того чи іншого блага на основі споживчих переваг. Корисність приймає форму вибраного засобу, який необхідний для відповідної мети, і, відповідно, цей засіб (вибрана корисність) вже не може бути витрачений на інші цілі і на отримання іншого результату (корисності). Таким чином, можна зробити висновок, що корисність є змінна, яка може детермінуватись в залежності від критеріїв її ієрархічності та вибіркованості. Споживчі властивості послуги –товару змінюються в залежності від системи

²На наш погляд, «потреби» і «блага» необхідно розрізняти, оскільки те саме благо може задовольняти кілька потреб (комп’ютер як благо задовольняє потреби в обробці інформації, забезпеченні зв’язку, може бути засобом навчання і засобом проведення дозвілля).

цінностей кожного індивідуума, -потенціального споживача послуг. Означені характеристики чітко проявляються на прикладі будь-якої послуги.

Економічна цінність – це не тільки максимізація функції корисності на основі ринкової координації діяльності економічних суб'єктів на ринку. Вона може мати місце і в інших формах людської поведінки, наприклад, при прийнятті політичних рішень, при виборі місця проживання, навчального закладу тощо. Теорія ринкової поведінки людини не може пояснити специфічні характеристики неречовинних благ: неподільність, відсутність реальних ринків тощо. Ці особливості не дозволяють виміряти цінність блага-послуги традиційними методами, так як аналіз споживчої поведінки суб'єкта передбачає подільність блага та ранжування відмінностей благ і послуг.

Методики оцінки цінності благ, що розробляються в зарубіжній науці, можна застосувати лише до таких послуг як житло, екологічні послуги, туризм і т.п. [14, 124]. Основу цих методик складають теорія цінностей, згідно з якою розглядається цінність користування і цінність, що не зв'язана з користуванням. Тобто, відбувається розмежування цінностей. Цінність користування представляє собою як пряме користування, наприклад споживання продуктів харчування, чи яких-небудь послуг, і опосередковане користування, наприклад, моря, лісів, будівель тощо. Що стосується цінності, що не зв'язана з користуванням, то її необхідно розглядати в якості відкладеної цінності (наприклад запаси ґрунтової води, які зараз не використовуються), спадщина або цінності, що характеризуються нашими уявленнями про якість життя.

Вартісною формою реалізації потреб населення виступає платоспроможний попит, який К.Маркс визначив як потребу в товарах [75, с.7]. Дотримуючись точки зору про продуктивну працю в матеріальній сфері, К.Маркс не включив в своє дослідження сектор послуг, який в той час в економіці ще був надто незначним. Значення сфери послуг в марксову епоху було мізерним, тому й не було охоплене теоретичним аналізом з боку вчених. Зростання матеріального добробуту населення

в розвинутих країнах супроводжувалось розширенням платоспроможного попиту на послуги, що в свою чергу стимулювало розвиток сфери послуг в цих країнах.

Платоспроможний попит виражає дві сторони: структуру і масштаб потреб не взагалі, тільки тієї найбільш важливої частини, яка може бути реалізована у вартісній формі. Ринок є тим економічним полем, де відбувається вимір задоволення абсолютних потреб кожною людиною в залежності від рівня її доходу. Сама ж величина доходу кожного також залежить від рівня розвитку національної економіки, її ефективності та ступеню нагромадженого багатства та його розподілу між громадянами країни.

На макрорівні сукупні потреби трансформуються на ринку в сукупний попит, який, в свою чергу, визначає і стимулює товарну сукупну пропозицію, а через неї і саме виробництво. Попит дійсний лише при тій умові, якщо має в своєму розпорядженні засоби обміну. Для вченого-економіста чи виробника послуг дійсним споживачем виступає лише той, хто може запропонувати на ринку еквівалент рівний задоволеній потребі.

Технологічна трансформація матеріальних умов життя, що спричинена “індустріальною революцією” або “модернізацією”, призвела до небаченого досі зростання продуктивності праці, економічного зростання. Все це відкриває шлях до радикального підвищення задоволення потреб та розвитку послуг. Останнє можливе лише при умові функціонування ринкової економіки, як найбільш ефективної економічної системи господарювання. “Орієнтована на ринковий обмін економіка, - зауважує Пітер Л. Бергер, - створює оптимальні умови для постійного і прискореного зростання продуктивної спроможності на ґрунті сучасної технології” [10, 53].

Матеріальні потреби населення в основному вже сформувались. Загальний обсяг їх збільшується, як правило, у зв'язку з зростанням чисельності населення. Крім того, у зв'язку з науково-технічним прогресом відбувається частково кількісна і особливо якісна зміна. Одночасно відбувається зменшення і

повне відмирання потреб в окремих товарах. З розвитком потреб в нових товарах, з появою нових продуктів відбувається скорочення, а потім і повне відмирання потреб в застарілих їх аналогах, тоді як діяльність у сфері послуг швидко зростає як у масштабах, так і за їх структурою.

В той же час поява нових потреб та необхідність їх задоволення є тим спонукаючим мотивом, який рухає прогрес. Насправді, як свідчить аналіз тенденцій сучасної економіки, темпи приросту обсягів виробництва скорочуються, проявляються елементи стагнації виробництва, тоді як розвиток таких нових послуг, як інформаційні, телекомунікаційні та інші, постійно зростає. Причина цього явища, на нашу думку, в тому, що ступінь задоволення ієрархічних потреб для кожної соціальної страти населення неоднаковий. Процеси соціального розшарування створили проблему задоволення фізіологічних потреб для більшої частини населення світу, тоді як для незначної, найбільш багатого прошарку – гостро стоїть проблема задоволення потреб, по Маслоу, самовиразу та поваги.

Для розуміння діалектики розвитку сфери послуг важливе значення набуває теорія інституціоналізму³, як окрема течія в економічній теорії, яка й зосередила основну увагу на становищі і поведінці людей в залежності від рівня і якості задоволення потреб. Рівень культури, звичаї, звички, політичні та правові інституції впливають на поведінку людей та прийняття ними рішень. Тому в повсякденній діяльності, як писав Ф.Енгельс, “Люди звикли пояснювати свої дії виходячи зі свого мислення, замість того щоб пояснювати їх зі своїх потреб (які при цьому, звичайно, відображаються в голові, усвідомлюються)...” [75, с. 20]. Активний характер взаємозв'язку потреб і поведінки проявляється в тому, що їх задоволення завжди пов'язано з якою-небудь діяльністю. Ще К.Маркс, як перший визнаний соціолог, писав, що дійовий прояв суті людини, кожної її властивості, кожного життєвого устремління стає потребою, нуждою. [75, с.4] Потреби потрібно розглядати не як

³ До представників цієї школи слід віднести Т.Веблена, Дж.Коммонса, У.Мітчелла, Дж.Гелбрейта та ін.

загальне устремління, а як необхідну життєву мотивацію, що направлена на досягнення найкращих умов життя і відповідного місця в суспільстві. Сукупні потреби суспільства визначають загальні орієнтири складної системи надання послуг.

1.2. Послуга – як специфічний товар.

Теоретичне обґрунтування послуги як економічної категорії набирає сьогодні все більшої ваги у зв'язку з поглибленням радикальної економічної реформи, яка супроводжується охопленням ринковими відносинами всіх сфер господарської діяльності, в тому числі й третинного сектору, який в економічній науці ще називають сферою послуг. Відомо, що основу ринкових відносин складає співвідношення попиту і пропозиції на товар, який може виступати в різних формах з точки зору уречевлення блага. Зазначимо, що сфера послуг включає велику групу галузей, важливою рисою діяльності яких є створення специфічного товару з відповідними особливостями. На відміну від продуктів матеріального виробництва послуги мають визначену адресність і не можуть існувати поза конкретним індивідуальним контактом з споживачами.

У вітчизняній економічній літературі відсутні спеціальні політико-економічні дослідження сутності послуги як економічної категорії, що виступає товаром і є складовою виробленого валового внутрішнього продукту (ВВП). В економічному значенні під послугою необхідно розуміти будь-які функції або операції, на які є попит, а отже й ціна. Таким чином, для надання послуг необхідно виконати окремі дії, тобто здійснити ряд операцій.

Співпадання виробництва і споживання послуг визначає низку їх специфічних рис як споживних вартостей. В значній мірі послуги не можуть

накопичуватись, не підлягають зберіганню, а їх реалізація націлена на вузькообмежені локальні ринки. Особливістю послуг виступає також їх індивідуалістичний характер, що й впливає на цінність та ціну послуг.

Товар-послуга з позиції економічної теорії цінності цікавив учених-суспільствознавців досить обмежено. Існування відстороненості вітчизняної економічної науки від дослідження ринкових процесів в обслуговуючому секторі відчутно проявляє себе в реальному господарюванні і житті суспільства. З позицій економічної теорії цінностей слід розглядати послугу через систему задоволення потреб, першочерговість яких реалізується завдяки цінності (корисності) того чи іншого блага. Поліваріантні підходи до визначення цінності дозволяють глибше вникнути в сутність і неоднонаправленість причинно-наслідкових зв'язків та їх результатів в сфері послуг.

Ідеї Ф. Бастіа, А. Сміта, К. Маркса, А. Маршалла та інших економістів являються теоретичною основою знання про сферу нематеріального виробництва, праці і продукту, створюваного в ній, місце даної сфери в досягненні гармонії в суспільстві. Потрібно зазначити, що полемічність уявлень, різноманітність аргументів і доведень з приводу природи блага-послуги, точки зору про “неекономічність” і “необмінність” послуг піддавались полеміці раніше і продовжують залишатися в економічній теорії в теперішній час.

Специфіка послуги полягає в інтерперсональній взаємодії суб'єктів у процесі споживчого виробництва і характеризується неречовинністю результату праці, втілюваної в людині або в необхідних йому речах. Виходячи з даного розуміння поняття природи послуги і теоретично прийнятого переконання про непродуктивність розподілу праці на виробничий і невиробничий, а також критичного огляду поглядів вітчизняних економістів 60-80-х років з питання товарності послуг⁴, можна зробити висновок про раціональний склад категорії

⁴ Одні економісти під послугою розуміли результат трудової діяльності, інші розглядали послугу як саму діяльність, сам процес праці по її наданню. На думку одних, послуга являла собою

товар-послуга і, відповідно, обґрунтування концепції ринку послуг менш за все підлягає сумніву.

На теоретичному рівні необхідно проводити чітке розмежування між «товаром – продуктом» та «товаром – послугою». Продукт – результат людської праці, предмет у матеріальній формі, речовина як результат праці в якійсь галузі виробництва [10, 621] . Тоді як послуга – відповідна діяльність людини, що направлена на задоволення будь-яких потреб, що не отримує речовинно-матеріальну форму. Визначаючи послугу, К. Маркс зазначав, що цей “... вираз означає не що інше, як ту особливу споживчу вартість, яку надає праця, подібно до всякого іншого товару, але особлива ця споживча вартість носить назву “послуга”, тому що праця здійснює послуги не лише в якості речі, а в якості діяльності” [5, с. 25] . Відмінність товару-послуги від товару-уречевленого продукту полягає в наступному:

- фізичній неосяжності, так як її неможливо побачити, відчутти, понюхати або почути;
- в невіддільності від свого джерела (трудової діяльності), тоді як
- продукт в його матеріальному вигляді існує незалежно від присутності або відсутності джерела його виникнення;
- в неможливості їх накопичення та зберігання, послуга існує одночасно в момент «виробництва» та «споживання»;

діалектичну єдність самого процесу праці і його результатів. Деякі економісти вважали, що послуга пов’язана лише зі впливом на людину безпосередньо, на думку ж інших, послуги можуть бути надані і через посередництво речей, наприклад, товарів довгострокового використання, будівель, транспортних засобів і т.і. В якості критерію, що визначає сутність послуги, одні економісти висували її неречовинність, інші не згоджувались з цим, оскільки багато видів послуг приймали матеріально-речову форму і використовувались як минула уречевлена праця (див. роботи: Е. М. Агабаб’яна, В.А. Жаміна, В.М. Рутгайзера, В.Н. Тихомирової, В.А. Яковлевої та ін.). Дискусії з приводу того, чи являються послуги результатом виробничої праці, чи мають вони реальну товарну форму, чи правомірний їх облік у вартісній структурі ВВП та інші питання до теперішнього часу підлягають розгляду.

– індивідуальністю та плинністю якості, так як однакові продукти мають одні і ті ж якості; тоді як однакові послуги можуть виявлятися на більш високому або більш низькому рівні якості.

Означені особливості можна застосувати до пояснення економічної суті будь якої послуги.⁵ Так, наприклад, визначення функціонального призначення фінансових послуг має важливе для розуміння ринкових перетворень в економіці України. Сервізація економіки веде до більш тісного контакту між виробниками благ та їх споживачами, так як на відміну від виробничої сфери, сфера послуг практично не використовує посередників при доведенні свого продукту до споживача. Це дозволяє задовольняти індивідуальні потреби, ефективно враховувати коливання попиту. В той же час, на відміну від інших послуг, сферою реалізації фінансових послуг є фінансова посередницька діяльність, яка спрямовує кошти від людей, що їх заощаджують, до людей, які забезпечують продуктивне застосування цих коштів як інвестицій. Тобто, фінансова посередницька діяльність забезпечує реалізацію формули $\Gamma - \Gamma'$. Без отримання доходу за надану фінансову послугу сама фінансова посередницька діяльність втрачає сенс. Тобто, можна зробити висновок, що сутність фінансової послуги виражається в обслуговуванні руху грошей з метою отримання доходу. До видів такої діяльності відносяться “послуги фінансових посередників (акредитування, банківські акцепти, обслуговування кредитних ліній, фінансовий лізинг), а також операції з цінними паперами, управління активами, обслуговування кореспондентських рахунків тощо”. Це лише перша спроба дати теоретично обгрунтоване визначення фінансових послуг. Окрім цього, в економічній літературі до фінансових послуг відносять фінансові інвестиції, страхування тощо. Згідно з Законом України “Про фінансові послуги” до фінансових послуг відносяться такі послуги: випуск

⁵ Більш детально про сутність послуги як економічної категорії див.: Співак Л.С. Методологічні проблеми дослідження сфери послуг в умовах трансформації економіки України // Теорії мікро-макроекономіки, К., Академія муніципального управління, 2019.-С.62-67; Співак Л.С. Структуризація ринку послуг в перехідній економіці. // Стратегія економічного розвитку України: Наук. збірник / Відп.ред. О.П.Степанов.- КНЕУ, 2001.-Вип.5.С.148-153.

платіжних документів, платіжних карток, дорожніх чеків, кліринг, довірче управління фінансовими активами, діяльність з обміну валют, залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення, фінансовий лізинг, надання коштів у позику, переказ грошей, страхування та накопичувальне пенсійне забезпечення, торгівля цінними паперами, надання гарантій та поручительств, факторинг та інші операції. В дисертації не ставиться завдання щодо визначення структури фінансових послуг, хоча це має неабияке значення для розуміння економічної природи фінансових послуг. Головною ідеєю є в'яснення специфіки фінансових послуг, як окремого специфічного сегменту ринку по відношенню до ринку інших послуг та товарів.

Як було розглянуто вище, послуги представляють набір бажаних характеристик. Саме цей набір диференціює їх як блага і є умовою реалізуємість і конкурентоспроможності. Надання нових якостей послуг, що виробляються, в кожному конкретному випадку може бути більш пріоритетною для споживача, тому й відображається на ступені успіху на ринку послуг і різниці цін на модернізовану, по суті, нову послугу (наприклад, послуги викладача іноземної мови для групового вивчення і репетиторська діяльність вдома).

Як і будь-який товар, послуга проявляє себе в наявності набору (пакету) споживчих характеристик, які дозволяють споживачу максимізувати корисність в процесі оптимізації вибору і задоволення структурованих потреб. Саме ця сторона якісної визначеності послуги виступає умовою її реалізації. Іншими словами, моментом, що виражає специфіку процесу обміну в сфері послуг, виступає продаємість (реалізуємість) послуги на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Основна ідея названих вище підходів полягає в тому, що диференційовані блага можна описати пакетом (набором) характеристик, і чим вище ступінь відповідності виробничої специфікації блага (послуги) перевагам споживача, тим вище ступінь продаємість товару-послуги. Для досягнення цієї відповідності необхідні знання про систему і динаміку потреб клієнтів. Крім того, продавець

послуги повинен володіти відповідними здібностями і можливостями для надання послуги. Ключовою ланкою (основним капіталом) виробництва благ-послуг виступає людський капітал.

Крім того, відмінність товару-послуги від фізичного товару в тому, що пакет (набір) характеристик в процесі обслуговування реалізується через персональну взаємодію виробника і споживача. Внаслідок цього для ідентифікації послуги характерна суб'єктивізація оцінок, а також фіксація витрат на переміщення виробника до споживача і навпаки, в якості елементів переваг споживача. Ці особливості також специфікують товарний обмін з приводу послуг.

Диференціація товару-послуги по споживчим характеристикам має два напрями: підвищення ступеню різноманітності, оскільки “чистих” послуг інтерперсонального характеру (освіта, медицина, консалтинг та інші) немає, як і по лінії послуг, пов'язаних з фізичними товарами (ЖКП, побутові послуги, готельне господарство, транспортні послуги і т. і.). Обидва види послуг в сучасному суспільстві отримують розвиток, який супроводжується ростом інформаційної складової. Більше того, ускладнення потреб і, відповідно, товарів, що їх задовольняють, приводить до того, що на ринку товар, як такий, стає багатостороннім з точки зору його функціональних споживчих якостей. Як, наприклад, естетика упаковки товару, відомості про придатність, якість, спосіб вживання та інше, місце і обставини продажу, післяпродажне обслуговування, культура і етика поведінки продавця та багато іншого. Відмічені моменти утворюють пакет споживчих характеристик, де поєднані фізичне благо, послуги, інформація.

Особливим моментом в реалізації товару-послуги є “вбудованість” послуг у виробничий процес від початку (входу) до завершення (виходу) кінцевого продукту матеріального і нематеріального характеру. Послуги, беручи участь у перетворенні факторів виробництва, можуть бути проміжним продуктом (ділові, інформаційні, транспортні, будівельні послуги; консалтинг і т.д.). При цьому якісна

визначеність будь-якої послуги по ланцюгу виробничого процесу завжди має завершений характер. Послуга, як така, в кожний даний момент часу і простору скінченна і складає конкретний набір характеристик. Зростання частки і ролі послуг в якості проміжкового продукту являє собою процеси софтизації виробництва і сервізації. Але, на відміну від благ, – послуги, яким по ходу виробничого процесу можуть бути надані додаткові набори споживчих характеристик, представляють собою нову, іншу послугу, що має свій сегмент на ринку послуг (наприклад, завершення курсу цільового навчання у ВУЗі, із закінченням визначеного терміну представляє собою послугу з освіти; перенавчання або підвищення кваліфікації – інша послуга).

Рух послуг від виробника до споживача в реальному процесі відчуження неречовинного корисного ефекту, споживчої вартості послуги в обмін на речовий еквівалент – гроші споживача, який представляє собою акт купівлі-продажу, аналогічний будь-якому іншому обміну благ, але, оскільки товарний обіг на ринку послуг приймає форму руху більшою частиною неосяжних благ, або речових лише по формі, то виникає специфіка самого процесу товарно-грошового обміну.

Так, визначаючою умовою виробництва послуги являється неможливість її окремого існування від виробника. Надання неречовинного блага упереджується замовленням, договором, контрактом. Весь подальший рух блага-послуги до споживача, інтерактивний (діалоговий) характер залежить від зусиль обох сторін (наприклад, зусилля педагога вінчаються успіхом лише при відповідних діях учня).

Суттєві ті економічні і неекономічні фактори, котрі впливають відповідним чином на пролонгацію взаємовідносин економічних суб'єктів у сфері послуг. Ці фактори в сучасних умовах, залишаючись традиційними для виробництва благ – не послуг (рівень доходів, цін, якість і асортимент, місце проживання споживача, можливість транспортної комунікації, споживчі звички і переваги, національні традиції, вік, стать та ін.), досить специфічно обумовлюють пошук і вибір відповідного виробника в сфері послуг.

Як підкреслює М. Костецкі, на відміну від індустріальної економіки, де виробник орієнтується на максимальний випуск товарної продукції, в сервісній економіці виробники намагаються підвищити ефект корисності, вони шукають шляхи більш повного задоволення специфічних потреб клієнта. Підвищується значення маркетингу як фактора, що визначає успіх підприємства. Причому, в сучасних умовах багато банків, постачальники комп'ютерних систем, структури, що надають юридичні послуги, продають “рішення проблем клієнта”. Проте, для підвищення конкурентоспроможності необхідний перехід від “продажу рішень” до “продажу результатів”, тобто виконання кінцевої мети споживача з наданням йому визначеної гарантії. Цей перехід обумовлений ускладненням матеріально-сервісних систем через збільшення їх складності, необхідність інтернаціоналізації екологічних витрат, що виникають при виробництві благ і послуг для підвищення ступеню їх реалізації. При такому підході змінюється процес ціноутворення. В основу ціни береться не лише взаємодія затрат і корисності блага-послуги із врахуванням ринкової кон'юнктури, але і приймаються до уваги ймовірні витрати, пов'язані з використанням послуги або продукту, можливі негативні ефекти. Ціноутворення, в такому випадку, приймає риси розрахункового розміру страхового винагородження [59, 14].

Уявлення про диференційованість продукту в зарубіжній теорії ринку пов'язані з відмінностями продукту за фізичними якостями, рівню обслуговування, географічному розміщенню, наявності інформації або суб'єктивному сприйняттю, коли продукти однієї фірми зустрічають явну перевагу, в крайньому разі, зі сторони деяких покупців серед конкуруючих продуктів по даній ціні. Відмінною рисою диференційованої продукції являється можливість підвищити ціну, не жертвуючи обсягом продажу. Очевидно, що може існувати безкінечний ряд градації продукту по ступеню диференціації, і на практиці буває важко провести чітку межу між тим, де закінчується визначеного рівня однорідність і починається диференціація [148]. Будь-яка послуга має сувою внутрішню змістовну специфіку.

Так, наприклад, під освітянською послугою необхідно розуміти деяку суму знань, умінь, навиків, що отримують під час навчання в навчальному закладі. Освітянські послуги відповідають всім ознакам, що характеризують послуги взагалі: вони неосяжні, невідокремлені від джерела, якісно не постійні, їх неможливо зберігати і транспортувати, вони володіють специфічними рисами. Невизначеність кінцевого результату і якісної сторони освітянської послуги ускладнює споживчий вибір. Виробником послуги виступає навчальний заклад. Сама освітянська послуга є кінцевою продукцією навчального закладу.

Товарність послуг в ринковій організації сучасного суспільства представляє об'єкт особливої уваги в роботах зарубіжних економістів [59, 104, 237, 279] і є все більш значним об'єктом розгляду вітчизняними вченими. Збільшення різноманітності споживчих та ділових послуг індивідуального і суспільного характеру буквально пронизує всі сфери життєдіяльності людини. Сучасні маркетингові технології просування товару на ринок і післяпродажного обслуговування займають провідну роль в ринковій організації і досягненні максимальної споживчої задоволеності. Розширюється сектор послуг фінансово-кредитної діяльності, вдосконалюється і модифікується система комунікаційних та фінансових послуг. В ряді опублікованих в 2016-2019 рр. підручниках банківські операції визначаються як банківський продукт, який об'єднує такі поняття, як "операція" та "послуги" [7, 44]. В словнику російської мови ці три поняття тлумачаться наступним чином: продукт – результат людської праці, предмет, речовина як результат праці в якійсь галузі виробництва [110, с.21]; операція – окрема дія в ряді інших подібних, фінансова, торгова та інша такого роду економічна діяльність [11, с.82]. Тобто, можна дійти до висновку, що послуга – робота, виконана для задоволення чийось потреб, господарчих або інших зручностей, що надаються кому-небудь [10, с.19]. Таким чином, для надання послуг необхідно виконати окремі дії, тобто здійснити низку операцій економічної діяльності.

Зазначимо, що “послугою” може називатись те, що прийнято, присвоєно споживачем, тобто послуга, як така, з’являється на стадії її споживання, у власності останнього споживача. Тому плата за послугу виступає як вартісна узгодженість з виробником і в той же час, як узгодженість споживача “з самим собою”. Інакше кажучи, оцінка результату обслуговування включає здатність сприйняти ту або іншу послугу, отримати корисний ефект.

Споживач (покупець) товару-послуги може виявитися не готовим прийняти ту чи іншу послугу і тим самим зруйнувати першочергово закладену в ній субстанцію. В той же час антипослуги, тобто дії, які приносять шкоду споживачу, дезорганізуючи його життєдіяльність, також втрачають послугову змістовність.

Поряд з вираженою здатністю до “розщеплення” і суб’єктивізацією оцінки обслуговування, товарна форма послуги має ту специфіку, яка відсутня в іншому товарному світі. Послуги неподільні і невідчужені від виробника, а, значить, ненакопичувані, і обсяг послуг здійснюється в системі симбіозу – споживчого виробництва.

Важливо підкреслити, що наявність системи авансування при оплаті за послуги, коли виробництво (реалізація) супроводжується передплатою (попередні внески за освіту, відрахування в фонди медичного або соціального страхування) має достатньо широке розповсюдження. Хоча подібна система фінансування являється основним джерелом оборотних коштів даної сфери, це може призвести до зниження ефективності, спотворення стимулів трудової діяльності, інформаційної асиметрії виробника і споживача послуги.

Товарність благ являється наслідком виникнення в суспільстві ринкової організації. Всі фактори, умови і результати виробництва в ній приймають особливу економічну форму. Товарна форма надання послуг довгий час була і є об’єктом дуже різнобічних, іноді взаємовиключаючих думок. Ствердження про те, що товар-послуга являється ірраціональним поняттям обмежувало економічний аналіз ринкових відносин лише сферою матеріального виробництва.

Розглядаючи в даній роботі ці ідеї і доведення, ми прийшли до уявлення про якісну визначеність блага-послуги як не завжди матеріального феномена, створюваного економічно корисною працею людини. Індивідуальна поведінка споживача послуг, яка залежить від багатьох чинників економічного і неекономічного характеру, й визначає ціну послуги. Зростання різно ітності споживчих та ділових послуг індивідуального і суспільного характеру буквально пронизує всі сфери життєдіяльності. Процеси сервізації, сортування виробництва, розширення ринку інформаційних продуктів радикальним чином видозмінюють матеріальну і соціальну сфери.

Товаром називається все те, що може бути запропоновано на ринку для споживача, придбано ним для подальшого користування і споживання. Звичайно визначення товару можна дати й таке: це продукт праці, виготовлений для продажу. В минулі часи, коли домінувала радянсько- марксистська точка зору стосовно визначальної ролі виробництва у суспільному відтворенні, до товарів відносили лише продукти матеріального виробництва, тоді як невиробнича сфера визначалась через послуги, які до категорії товару не відносились. Обґрунтування такої позиції базувалось на продуктивній та непродуктивній праці, тому продукти галузей матеріального виробництва відносили до товарів, а результати інших галузей відносили до послуг, що не приймають участь у створенні матеріальних благ, та прирості ВВП тощо. Щоб було зрозумілим, запровадимо поняття товарного комплексу, який включає як власне товари, так і послуги. Тобто, ми приймаємо точку зору, що “товар” не обмежується тільки матеріальними предметами” [60, 22], він включає як матеріальні предмети і послуги, так і людей, організації, види діяльності та ідеї. Всі товари є втіленням затрат праці та характеризуються споживчою вартістю, що задовольняє потреби людей.

Визначальною властивістю послуги є корисність, яка впливає на ціноутворення. В умовах ринку корисність може набувати різних значень, в залежності від рідкості, платоспроможного попиту, податкової політики, орендних

відносин. На відміну від матеріальних предметів, якість послуги визначається після надання, тоді як якість матеріальних потреб можна визначити наперед за конкретними показниками якості, що чітко стандартизовані. Визначення цінності послуги включає попереднє визначення властивостей послуги. Наявність на ринку попередньої інформації стосовно послуги дає можливість попередньо визначити корисність послуги, а саме надання цієї послуги відображає відповідність попереднього визначення корисності з дійсною (фактичною) корисністю.

Надання інформаційних послуг – це виробництво інформаційного продукту. З позицій синергетики інформація є універсальною властивістю матерії, що виступає мірою порядку в просторі і часі. З точки зору цінності інформація як благо є знанням, що відокремлюється від людини і перетворюється в повідомлення. В умовах товарного виробництва інформація отримує товарну форму. Однак, слід відзначити, що ще понад 70% всієї інформації розповсюджується не ринковим способом. Інформаційні послуги за своєю сутністю означають виробництво неречового продукту.

Найбільш розповсюдженим підходом для кількісного опису вартості інформації є імовірнісний підхід, що спирається на фундаментальні роботи К. Шеннона, у першу чергу присвячені теорії кодування. Вирішальне значення у визначенні вартості інформації при такому підході грає кількість інформації. К. Шеннон абстрагувався від якісних характеристик інформації (таких, як корисність, актуальність, цінність і т.д.). Проте, з його теорії безпосередньо випливає наслідок, що з одержанням маркетингової інформації ступінь невизначеності дій менеджера, що приймає рішення, знижується. Іншими словами, така інформація має для нього деяку цінність, тобто має властивість споживчої вартості. Інший підхід (його умовно називають економічним) використовує класичну ідею економіки — опис вартості в категоріях обміну. Однак і тут закладений підводний камінь: не враховується відмінність мінової вартості від споживчої. З критикою цього підходу виступають прихильники когнітивної концепції теорії інформації (Н.Белкін, Н.

Робертс, В. Уркварт, М. Демей). Спираючись на вивчення динаміки мислення, на виділення ролі суб'єкта в дослідженні, вчені-когнітивісти заперечують вирішальну роль мінової вартості в економічній науці, висуваючи як альтернативу людський фактор. В останні роки починаються спроби об'єднати ці та інші методи для більш адекватного опису вартості інформації. Економічний і ймовірно-статистичний підходи вперше об'єднав Р. Хілтон у своїй формалізованій теорії вартості інформації.

Як і багато прихильників економічного підходу, він використовує поняття вартості інформації в змісті вартості виробництва інформації чи інформаційної системи. Діяльність менеджера, що приймає рішення, описується Р. Хілтоном через «функцію результатів», областю визначення якої служить безліч пар типу «дія приймаючого рішення — стан системи», а областю значень — безліч результатів цих дій. За допомогою «функції використання» описується корисність результатів. Інформаційна система подає приймаючому рішення різні сигнали — повідомлення, на підставі яких він виконує свої дії. Вартість інформації в даному випадку обчислюється як подвійний інтеграл по дискретній множині сигналів і множині станів системи від композиції функції результатів і функції використання, помноженої на умовний розподіл ймовірностей перебування системи в деякому стані при подачі визначеного сигналу.

Р. Хілтон виділяє чотири детермінанти (визначника) вартості інформації: а) структура множини дій — еквівалент гнучкості приймаючого рішення; б) структура композиції функції результатів і функції використання — еквівалент навколишнього середовища приймаючого рішення; в) розподіл ймовірностей для станів інформаційної системи — еквівалент початкової невизначеності, неінформованості приймаючого рішення про стан навколишнього середовища; г) умовний розподіл ймовірностей подачі визначеного сигналу при перебуванні системи в деякому стані — еквівалент сприйняття приймаючим рішення змісту інформаційної системи. Слід зазначити, однак, що визначення двох

останніх імовірних детермінант при практичному описі інформаційної системи нашоюхується на визначені труднощі, характерні для одержання будь-яких імовірнісних оцінок. Цікаву спробу сполучити ймовірнісно-статистичний і когнітивний підходи почав Х.Ністрем. Він визначив когнітивну структуру як множину частково упорядкованих когнітивних елементів (тверджень та ідей), що розглядаються суб'єктом у контексті доречності. Ця структура є узагальненням інформаційної імовірності моделі і виявляється через поняття суб'єктивної невизначеності, що залежить від точки зору суб'єкта, який приймає рішення, а не абстрактної, як у класичній ймовірнісно-статистичній теорії інформації. Дж. Стіглер досліджував проблему встановлення ринкових цін, виходячи з концепції «пошуку споживчої інформації», тобто інформації.

Вартість маркетингової інформації він знаходить з наближеної пропорції між числом обстежених у ході пошуку продавців на ринку і числом «ідентифікованих», тобто прийнятних продавців, причому визначальним фактором вартості є витрачений на пошук час. Дж. Стіглер намагається визначити оптимум пошуку (з погляду мінімальної його вартості) через деякі усереднені витрати часу, спеціально виділені для здійснення пошуку. На його думку, вартість збору інформації, узагалі говорячи, не залежить від її подальшого використання. Таким чином, Стіглер обмежується лише характеристикою вартості взагалі, не з огляду на споживчу і мінову вартості інформації. Його концепція є проекцією класичного економічного підходу до поняття вартості товару. Радикальний підхід до рішення проблеми вартості інформації продемонстрував Ф.Махлуп, що запропонував вимірювати не запаси інформації, а її рух. Визначаючи вартість інформації, він відштовхується від концепції попиту та пропозиції, думаючи, що інформація володіє звичайними товарними властивостями.

Сучасний розвиток економіки характеризується тенденцією феноменального розширення сфери послуг, виробництва таких видів товарів, які практично не вміщують в собі фізичного змісту, тобто, затрат уречевленої праці. Найвища питома

вага індустрії послуг в створенні сукупного національного доходу є в США, країнах Західної Європи, Японії тощо. Швидке зростання продуктивності праці призвело до зменшення робочого часу та збільшення у людей вільного часу та підвищення життєвого рівня, склало основу потреб масштабності розвитку сфери послуг. А зростання індустрії сфери послуг сформував розгалужений ринок послуг, який є другою складовою національного ринку взагалі. На відміну від товару (матеріального предмету), послуги характеризуються мінливістю, тобто їх якість залежить від того, хто надає послугу і при яких обставинах. На мінливість впливають наступні чинники: тимчасова нестійкість попиту, соціально-психологічний стан людини, що надає послугу, норми економічної культури та традицій, постійність та гарантованість надання якісних послуг.

Фірми, що мають високу ринкову долю і надають більш якісне обслуговування, ніж конкуренти, отримують і більш високий прибуток на вкладений капітал. Висока якість послуг приваблює постійних, лояльних до фірми споживачів і забезпечує їй відповідний імідж та рекламу. Якість послуг залежить від затрат, які діляться на затрати, що забезпечують саму якість послуги, та затрати, тобто зовнішні затрати, що забезпечують середовище надання послуги.

Є специфіка ціноутворення на послуги в порівнянні з товарами з уречевленим змістом. Кінцева ціна послуги перевищує в кілька разів собівартість. Тобто, чистий дохід в сфері послуг залежить в першу чергу від місця розташування надання послуги до великого скупчення людей, їх концентрації. В центрі міста ціна послуги може перевищувати у кілька разів ідентичну послугу на околиці міста, чи в сільських районах.

Особливим моментом в реалізації товара-послуги є вбудованість послуг у виробничий процес від його початку (входу) до повного завершення (виходу) кінцевого продукту матеріального і нематеріального характеру. Тобто мова йде про те, що на відміну від товару, надання послуги передбачає одночасну "співпрацю" виробника і споживача послуг. З точки зору відтворення процесу виробництва і

реалізації послуг складають єдине органічне ціле, що і визначає відтворювальну сутність подальшої специфіки послуг. При цьому важливого значення набуває попередня інформованість споживача стосовно якісних характеристик передбачуваної послуги, яка не завжди є об'єктивною. Крім того, самі уподобання споживача послуг постійно міняються внаслідок не тільки інформованості а й власного життєвого досвіду. Але на відміну від благ – непослуг, яким по ходу виробничого процесу можуть бути надані додаткові набори споживчих характеристик представляє собою нову, іншу послугу, що має свій сегмент на ринку послуг (наприклад, завершення курсу цільового навчання у ВУЗі, із закінченням визначеного терміну представляє собою послугу з освіти; перенавчання або підвищення кваліфікації – інша послуга).

Економічна поведінка в сфері послуг, процес виробництва і обміну послуг-товарів і інформації, цінність блага-послуги та інші важливі з теоретичної точки зору явища, на відміну від “класичних” товарів складаються тут по-іншому і, внаслідок цього, формують специфіку ринкових відносин в даній сфері. Ця специфіка, на наш погляд, не лише пов'язана з неречовинністю послуги, як вважають, а, передовсім, з інтерперсональністю взаємодії економічних суб'єктів у процесі виробництва і споживання даного блага. Ця взаємодія кооперативна, ефект її залежить від якості людського капіталу, що споживається при наданні і споживанні послуг.

1.3. Економічна природа сфери послуг та її роль в сучасній економіці.

Розвиток економіко-теоретичних засад та практична діяльність сфери послуг дають усі підстави мати сумніви з точки зору доцільності жорсткого поділу господарського комплексу на продуктивну та непродуктивну частини. Цілком можна погодитись, що матеріальне виробництво повинно швидко розвиватись,

оскільки воно є матеріальним джерелом формування багатьох видів послуг: освіти, науки, охорони здоров'я, культури-послуг, які формуються як суспільні і регулюються та переважно фінансуються на державному рівні. Тим більш, що результатом вищезначених видів послуг не є матеріальні блага і вони носять чітко виражений невиробничий характер. Але праця є складною категорією і вимагає подальшого дослідження в плані її продуктивного і непродуктивного характеру. Згідно з традиційними підходами, продуктивною вважалась праця, яка кінцевим результатом мала речову форму. Але в суспільстві завжди існував якийсь господарський комплекс, що базувався на основі складного переплетіння та взаємодії різних видів праці, пов'язаних як зі створенням речових елементів продукту, так і управлінською працею, працею без речових результатів, але такою, без якої процес суспільного відтворення аж ніяк не міг бути повноцінним, а й взагалі неможливим – охороною здоров'я, наукою, освітою та інш. Розвиток цивілізації призвів до становлення розвинутого суспільного розподілу праці в якому функціонують різні види праці, що втілюються у численну різних товарі і послуг. Тому цілком вірним є твердження, що перш за все, матеріальне виробництво є основою економічної структури будь якого суспільства. Але не менш важливим елементом суспільного відтворення є наявність і оптимальна кількість праці, яка не має результатом речову форму продукту, але без якої життєдіяльність практично неможлива.

Слід зазначити, що активна робота вітчизняної економічної науки над проблематикою сфери послуг на початку 80-х років змінилась зі зниженням уваги до неї в 90-х роках. Практично відсутня проблематика сфери послуг і її ролі в сучасній трансформації економіки. Однією з причин такого стану є майже повна відсутність питань сфери послуг у відомих економічних виданнях – підручниках з економічної теорії, присвячених як макро- так і мікрорівню економічних процесів. Крім того, на розробку проблем сфери послуг вплинули ідеологізовані підходи економістів радянської економічної школи, коли сфера послуг розглядалась

переважно як “непродуктивна” сфера, праця в якій була усе таки менш корисна, ніж у сфері матеріального виробництва. Ця теоретична посилка була обов’язковою, вона базувалась на марксистському підході до розподілу праці на продуктивну і непродуктивну і, відповідно, – до розподілу сфер виробництва на виробничу і невиробничу і містила не стільки економічні, скільки політичні підвалини щодо визначальності промислового та сільськогосподарського виробництва і применшення значення інших видів господарської діяльності.

Невиробнича сфера та її роль в економічному прогресі вже кілька десятиків років приваблює увагу провідних зарубіжних та вітчизняних дослідників – філософів, економістів, соціологів, екологів тощо. Особливо науковий інтерес представляють праці, що опубліковані останні десятиріччя. Однією з проблем розробки теорії ринку послуг є уточнення дефініцій, що пояснюють послуги. Так, наприклад, при визначенні назви галузі, за допомогою якої надаються послуги, використовується різноманітність: «невиробнича сфера», «нематеріальна сфера економіки», «сфера послуг», «нематеріальне виробництво», «духовне виробництво» тощо. Кожна категорія концентрує увагу на тій чи іншій рисі, що відображає всю системність розуміння. Так, наприклад, «невиробнича сфера» зосереджується на уточненні відмінностей від сфери виробництва, а «нематеріальне виробництво» чи «нематеріальна сфера економіки» виділяє матеріальність та нематеріальність виробленого продукту. Тобто, можна зробити висновок, що застосування різних дефініцій визначення «надання» чи «виробництва» послуг відображає складність та недостатній рівень теоретичного обґрунтування постійно зростаючого значення послуг у всебічному та гармонічному розвитку людини.

Одні автори до невиробничої сфери включають: [9, 11]

- житлово- комунальне господарство і побутове обслуговування;
- транспорт та зв’язок по обслуговуванню організацій невиробничої сфери населення;

- геологію і розвідку надр (за вирахуванням глибокого розвідувального буріння на нафту та газ);
- охорону здоров'я, фізичну культуру і соціальне забезпечення;
- освіту;
- культуру і мистецтво;
- науку і наукове обслуговування;
- фінансове кредитне і страхове обслуговування;
- управління;
- громадські організації.

Звичайно, необхідно визнати основну частину складових, які дійсно необхідно відносити до сфери послуг. Але процитована класифікація складових не розкриває принцип, який би об'єднував всі перелічені види діяльності в одну сферу. Така постановка питання скоріше відображає простий, формальний перелік видів діяльності, що стихійно сформувались в процесі господарської практики і відносяться до нематеріальної сфери. Існує інша точка зору, згідно якої із зазначеної структури виключаються геологія і розвідка надр, а також наука, але приєднується торгівля, житлове будівництво тощо [70, 25-60]. Можна навести й інші тлумачення структури та назви сфери, через яку здійснюється надання послуг.

В економічній літературі вірно відзначається динамічність структури суспільного виробництва, особливо сфери послуг, необхідність та перелік критеріїв, за якими можна провести відмінність між сферою послуг та виробничою сферою, до яких відносять участь галузей і видів діяльності в створенні матеріальних благ, прямий (споживаючий) вплив на природу, уречевлення результатів праці [9, 13]. На наш погляд, такий критеріальний підхід не є вдалим. Так, перший критерій взагалі не дозволяє виділити сферу послуг, оскільки в створенні матеріальних благ опосередковано приймають і галузі невиробничої сфери, науки, освіти, охорони здоров'я тощо. Що стосується другого критерію, то вплив на природу можуть мати всі галузі народного господарства. З третім

критерієм необхідно погодитись, так як форма виробленого продукту дійсно дозволяє провести чітке розмежування двох сфер: матеріального виробництва і сфери послуг. В першому випадку продуктом виступає уречевлений товар, тоді як продуктом сфери послуг є послуга, що не приймає уречевленої (предметної) форми.

Крім цього, діяльність сфери послуг досить широке поняття, що включає не тільки види праці, які не мають речової форми, а й такі види трудової діяльності, що мають чітко виражений речовий характер. Досить складно віднести до “непродуктивної” сфери, наприклад, такі послуги, як громадське харчування та житлово-комунальне господарство, ремонт побутової техніки та автотранспорту та інші. Результатом усіх цих видів діяльності є створення конкретних матеріальних цінностей. Тому вияснити теоретичну суть сфери послуг, використовуючи за критерій поділ народного господарства на виробничу та невиробничу сферу є виправданим лише з позицій продуктивного характеру праці. Доцільним є визначення самого поняття послуги, яке було дано в попередньому параграфі. При цьому необхідно зрозуміти її суть і на цій основі розробити критерії віднесення видів діяльності до сфери послуг і виділяти структуру сфери послуг. В цьому плані слід відійти від традиційних уявлень про послуги, якими оперували наші економісти. Значна кількість дослідників сфери послуг притримувалась такого твердження, що послуги не передбачають вартості, кінцевий результат їх діяльності - не речовинний предмет, а, як правило, соціальний ефект. Тому вони не піддаються безпосередньо кількісному вимірюванню, в тому числі і в грошовому еквіваленті, бо їх цінність індивідуальна як для виробника, так і споживача, і плата здійснюється не за продукт, а за процес праці. В цілому такий підхід є досить сумнівним, оскільки платять не стільки за процес праці, скільки за її корисний ефект, результат. В усьому світі економічна наука використовує поняття “витрата-результат” стосовно розрахунків на мікроекономічному і на макроекономічному рівнях. Навіть так звані “суспільні блага”, до яких відносять також охорону здоров'я, науку та освіту, охорону навколишнього середовища, розглядають не просто з точки зору

проведення робіт, а з точки зору конкретного соціально-економічного ефекту. Тому вважати, що послуга не передбачає конкретного результату є не зовсім виваженим.

В цьому плані, на наш погляд, є доцільним використовувати блага, поняття, що дає можливість відійти від конкретної речової, чи неречової форми результату праці і може використовуватись для усіх сфер виробництва. При застосуванні такого поняття сфера послуг може виділятися не згідно з результатом праці, яка витрачається в ній, а за функціональним напрямом її здійснення. По - перше, якщо виробництво товарів здійснюється для споживачів, яких неможливо конкретно виділити і персоніфікувати (зрозуміло, що сегментація при маркетингових дослідженнях дає уяву про споживачів, але не конкретно), то послуги здійснюються за умови чітко визначеного споживача. Процес праці у сфері послуг здійснюється для конкретного об'єкта послуг, на конкретний попит - окремої людини, підприємства, а то й держави. Специфіка послуги проявляється в тому, що її пропозиція існує на ринку, але процес праці не здійснюється, поки не буде пред'явлено конкретний попит на неї. По - друге, дуже часто в сфері послуг процес праці і процес споживання її результатів співпадають у часі і просторі. Це, в першу чергу стосується таких підсистем сфери послуг як охорона здоров'я, освіта. Тому доцільним у цьому плані є розмежування послуг з точки зору їх надання в соціально-культурній сфері, а також інших сферах (без виникнення речової форми результату послуги) і надання послуг з їх речовим втіленням.

Так, наприклад, надання банківських послуг відноситься до послуг, які не мають речового змісту. Якісні характеристики цих послуг неможливо ні побачити, ні відчутти на смак. Банк являється виробником специфічного товару, а іменно фінансових послуг, тому під банківською продукцією необхідно розуміти будь-яку послугу чи операцію, що здійснюється банком. Слід відзначити, що у вітчизняній економічній науці (дивись праці М.Савлука, А.Мороза та ін.) активно обговорюється питання відмінностей між банківською послугою та банківською операцією. З нашої точки зору є важливим визначитись взагалі з всією системою

послуг, в тому числі й фінансових. Що стосується банківських операцій, то необхідно враховувати залишковий вплив “консервативної” свідомості, коли нам важко розстатися з “старими” дефініціями. На сьогодні у вітчизняній економічній науці відбулось вже ствердження термінології мікро- і макроекономіки, менеджменту і маркетингу, як сталих і відпрацьованих навчальних дисциплін, а на черзі ствердження поглядів інституціоналізму, теорії трьох секторів економіки, соціальної економіки і національної економічної психології. В контексті нашого дисертаційного дослідження важливого значення набуває усвідомлення ролі сфери послуг в економіці взагалі, і її ринкової структури зокрема. Головне, щоб нашу науку знову не поглинули схоластичні та догматичні дискусії щодо в'яснення термінологічної сутності окремих категорій, їх єдності і відмінностей, забуваючи при цьому про реальну економіку, ствердження ринкових принципів у всіх ланках національної економіки України. Необхідно спочатку в'яснити головне і визначальне, щоб не загубитись в деталях.

Не треба також забувати, що вирішення загальноекономічних проблем передбачає й вирішення специфічних проблем розвитку ринку послуг. І навпаки, ринкове реформування сфері послуг дозволить поступово вирішувати й інші макроекономічні проблеми. Відзначимо, що від рівня розвитку сфера послуг в значній мірі залежить зростання життєвого рівня населення України, професійна кваліфікація працюючих.

Для дослідження специфіки розвитку сфери послуг в умовах ринкових змін потрібно виявити місце сфери послуг в економічній системі, визначитись з критеріями, згідно яких ті чи інші види діяльності відносяться до сфери послуг, проаналізувати її структуру, визначити ринкові та неринкові важелі її розвитку і їх співвідношення.

Зростання ролі сфери послуг в індустріально розвинутих країнах привернуло увагу економістів, серед яких слід відзначити Дж. Белла, З.Бжезінського, Дж.Гелбрейта, Дж.Голда, П.Дракера, К.Кларка, У.Ростоу,

А.Тоффлера, Г.Тюнена, Дж.Фрідмена, Ф.Перру, П.Хагетта та інших. Розглядаючи сферу послуг як третинний сектор, економісти прийшли до висновку про його постійно зростаючу роль в економіці. Представники концепції індустріального і постіндустріального суспільства відводять сфері послуг продуктивну роль в економічному прогресі. Так, Дж.Гелбрейт стверджує, що в “новому індустріальному суспільстві” роль ключового чинника виконує “техноструктура”, в якій одне з провідних місць займає сфера послуг [83, 143]. М.Кастельє оцінює збурення розвитку виробничих послуг, називаючи їх “стратегічними для нової економіки, постачальниками інформації і джерелом підвищення продуктивності і ефективності компаній” [51], а А.Тоффлер оцінює “третю хвилю” як формування “нової особистості”, що орієнтована на духовні цінності, на співробітництво з природою [18, 120]. Циклічність коливання якраз пояснюється бумом таких коливань, як зростання попиту на житло, переорієнтацією економіки на будівництво житла, а не підприємств. Причина початку циклу ділової активності – пристосовувана реакція працівників на зміни в доходах, що викликають імпульси по всьому ланцюгу попиту на товари і послуги і зменшення сукупного попиту.

У методологічному аспекті, згідно з теорією розвитку трьох секторів Коліна Кларка, людство проходить глобальні історичні етапи: патріархальне суспільство з домінуванням в економіці первинного сектору - сільського господарства; доіндустріального з домінуванням вторинного сектору - промислового виробництва і, нарешті, до постіндустріального суспільства з домінуванням третинного сектору - сфери послуг. При цьому розподіл населення щодо зайнятості в секторах економіки відбувається так: при першому - 80:10:10; при другому - 20:50:30; при третьому - відповідно 10:10:80 [16, 30].



1 – сільське господарство; 2 – промисловість; 3 – сфера послуг.

Джерело: [106;77]

Рис. 1.2. Структура розподілу зайнятості населення на різних стадіях економічного розвитку.

Головною причиною зміни секторіальної структури економіки, на думку К.Кларка, є відмінності в зростанні продуктивності праці і зміни структури попиту [56, 81]. Зазначимо, що К.Кларк розробив теорію трьох секторів народного господарства, згідно з якою, до первинного сектору відноситься сільське господарство та добувна промисловість, до вторинного – обробна промисловість і до третинного – сектор послуг [56, 81]. Ідеї К.Кларка про роль трьох секторів економіки було розглянуто в праці С.Кузнеца “Довгі хвилі в зростанні населення і зв’язані з ними економічні переміни”. Сучасна науково-технічна революція та інформаційна експансія викликали скорочення зайнятих в сфері сільського господарства і навіть у промисловості. В зв’язку з цим різко зростає послугоємність валового внутрішнього продукту. Послугоємність як економічна категорія, виражає, з одного боку, відношення якісних характеристик ролі сфери послуг у структурі виробництва ВВП, в якій роль сфери послуг по відношенню до сфери промислового виробництва і сільського господарства постійно зростає. З другого боку, кількісний вираз цієї категорії відображає питому вагу послуг у виробництві ВВП. Так, в США сьогодні третинний сектор забезпечує 73% ВВП, в країнах ЕС - 63%ВВП і охоплює 62% від зайнятих, а для Японії ці показники відповідно складають 59% і 50%. [47, 11-12]

Прогрес сфери, що розглядається, безпосередньо відноситься з динамікою рівня життя населення. В першій половині 60-х років сильним чинником росту сфери послуг в більшості розвинутих країн світу послужило підвищення добробуту основної маси населення внаслідок збільшення суспільної продуктивності праці.

Задовольнивши базові потреби в матеріальних товарах, люди отримали можливість витратити все більше коштів на послуги, що раніше виключалось через низький рівень доходів, які забезпечували лише витрати на харчування, оплату житла, покупку товарів довгострокового користування, і т.д. Так, якщо на початку століття американський середній клас із свого місячного доходу міг виділяти на оплату різного роду послуг не більше 2 – 3 %, то в кінці 60-х років – уже 25, а зараз – близько 40 % (відповідні дані для нижчого класу – 0,10 і приблизно 25 %) [97, 98].

Водночас практика функціонування соціально-економічних моделей господарювання в розвинутих країнах показала, що сфера послуг виявилась надзвичайно важливою і з точки зору формування освітнього, культурного рівня трудового потенціалу, і з точки зору задоволення потреб членів суспільства, і з точки зору впливу на виробничу сферу в плані підвищення рівня задоволення суспільних потреб.

Темпи розвитку невиробничої сфери випереджають сферу виробництва. Наприклад, в країнах Західної Європи в цій сфері зайнято більш ніж 66% від загальної кількості числа зайнятих, в США – 73%, а в прирості нових робочих місць на цей сектор приходиться 80-90% [4, 8].

Сучасна розвинута економіка характеризується динамічним розширенням сфери послуг і перетворенням її в крупний сектор господарства. В США на початку 90-х рр. частка послуг у ВВП досягла 19,3 % (в 1970 р. – 11,6 %), тоді як частка обробної зменшилась за цей період з 25,9 % до 17,2 %. [9, 8] У Франції в сфері послуг до початку 2010-х рр. нараховувалось 600 тис. підприємств, на яких було зайнято 3 млн. чоловік і які реалізовували близько 10 % ВВП і 120 млрд. франків інвестицій. Ще 500 тис. підприємств було в торгівлі з числом зайнятих 2,7 млн. чоловік і 70 млрд. франків інвестицій [39, 124].

В результаті, в багатьох країнах світу частка сфери послуг у ВВП почала зростати швидкими темпами. Так, наприклад, в структурі російського ВВП за 2010-

2018 р. загальна частка сфери послуг збільшилась з 32,6 до 52,7%, тоді як частка ринкових послуг збільшилась з 22 до 82% [14, 58-59].

В економіці України спостерігається зростання частки сфери послуг у виробленому ВВП (табл. 1.4). Це дозволило дещо зменшити величину спаду ВВП.

Таблиця 1.4.

Роль сфери послуг в економіці України в 2010-2019 рр.

У (%)

Показник	Всього	Частка сфери послуг					
		2010р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.
Випуск товарів і послуг	100,0	23,3	31,9	34,3	37,8	38,1	34,7
Валова додана вартість	100,0	28,2	43,8	49,5	51,8	52,5	48,7
Зайнято в галузях економіки	100,0	40,1	42,7	43,5	43,9	44,3	45,7

Починаючи з 2016р., ринкові послуги забезпечували надходження 26-30 % ВВП. Найбільш прибутковими були: операції з нерухомим майном (46,2 %); загальна комерційна діяльність щодо забезпечення функціонування ринку (36,7 %); фінанси, кредит, страхування, пенсійне забезпечення (29,2 %); зв'язок (28,8 %) та платна освіта (26,7 %). До найменш прибуткових належали інформаційно-обчислювальне обслуговування (2,6%), комунальне господарство (3,9 %), наука та наукове обслуговування (4,2 %), культура та мистецтво (-14,7 %).

В розвитку сфери послуг можна виділити такі головні тенденції:

— скорочення фінансування неринкових послуг, зокрема соціальних та наукових. При цьому спостерігається небезпечний розрив у їх фінансуванні відносно розвинених країн та різке абсолютне скорочення;

— зміну структури попиту населення на платні послуги за рахунок збільшення частки житлово-комунальних і скорочення транспортних, санаторно-

курортних та оздоровчих. Почався процес заміщення неринкових послуг ринковими в освіті та медицині;

— падіння виробництва ринкових послуг;

збільшення розриву між платоспроможним попитом і потужностями сфери послуг.

Збільшення частки сфери послуг обумовлено не стільки позитивними зрушеннями, скільки деструктивними процесами, що відбувалися протягом 2010-2019 рр., а саме: індекси продукції промисловості, сільського господарства та капітальних вкладень падали швидше, ніж у сфері послуг; ціни на послуги зростали швидше, ніж ціни на товари; скороченням потреб у транзитних послугах; невідповідністю рівня державних витрат на неринкові послуги рівню розвитку економіки; зниженням рівня життя основної маси населення.

Будь-яке реформування економіки завжди супроводжується відповідними втратами та відхиленнями. Тобто, в умовах трансформації економіки сприятливих чинників менше, та і вплив кожного з них на розвиток сфери послуг незначний. До позитивних показників слід віднести якість послуг торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування. Окремі послуги перейшли з сектору неформальної економіки в розряд ринкових послуг. Це стосується частини медичних та освітніх послуг, операцій з нерухомим майном, фінансові та страхові послуги. Вдосконалення управління сферою послуг в економіці України передбачає органічне поєднання ринкового механізму саморегулювання з державним регулюванням економіки. Прискорене зростання сфери послуг в пострадянських країнах послужить важливим чинником кардинальних змін в структурі зайнятих.

Слід відзначити, що в програмах економічного розвитку України сфера послуг не віднесена до пріоритетних напрямків розвитку, і навіть не розглядається в якості самостійного об'єкта структурної політики. Не слід забувати, що такі складові сфери послуг, як наука і наукове обслуговування, транспорт, освіта,

туризм і рекреаційний бізнес можуть внести значний вклад в збільшення виробництва ВВП при відносно менших капітальних затратах

і більш коротких строках їх самоокупності. Прискорений розвиток цієї сфери сприяв би динамічному розширенню внутрішнього ринку як основи основ економічного зростання.

Системна трансформація економіки України передбачає реформування галузей народного господарства для вирішення не тільки проблеми подолання дефіциту товарів, а й для насичення національного ринку відповідними послугами. З точки зору функціонального призначення та матеріальності все народне господарство необхідно розглядати як сукупність двох сфер: сферу матеріального виробництва і сферу послуг, в рамках якої організовується процес обслуговування населення і надання споживачам різноманітних послуг.

Бум в сфері послуг 60-х років в розвинутих країнах пояснюється не лише реалізацією відкладеного попиту більшості населення, але й зміною споживчої психології суспільства. Століттями в буржуазній моралі культивувалось накопичення: гроші повинні були або вступати в діловий оборот, або вкладатися в речі, яким властивий високий ступінь ліквідності, всі інші витрати (в першу чергу на послуги) розглядались як недозволена розкіш. Але якщо аскетична культура бачить в послугах лише неминуче зло, то культура споживчого гедонізму, що утвердилась з початку 60-х років, трактує їх в широкому сенсі – в якості засобів реалізації природного права людини на повноту життя. Символом добробуту стає не лише можливість оточувати себе дорогими речами, але і купувати дорогі послуги. Так, гедоністична споживча культура, створивши підвищений попит на послуги, уже в силу чисто ринкових законів стала фактором розгортання в сфері їх (послуг) виробництва, конкуренції, яка, в свою чергу, змушувала пропонувати ринку все більш диференційований їх спектр.

Висновки до першого розділу.

1. Важливим методологічним принципом дослідження є теоретичне визнання продуктивного характеру праці у сфері послуг як третинного сектору національної економіки, роль якого постійно зростає у створенні ВВП і засвідчує рівень “постіндустріального” розвитку суспільства. Криза адміністративно-командної економіки, в якій продуктивність сфери послуг заперечувалася, а самій сфері відводилась другорядна роль, по відношенню до сфери матеріального виробництва, призвели до масштабних міжгалузевих диспропорцій, у тому числі й до дефіциту послуг в економіці України.

2. Послуга є товаром, специфіка якого проявляється в фізичній неосяжності, в невіддільності від свого джерела, в неможливості накопичення та зберігання, в індивідуальності та плінності якісних характеристик, у відсутності речовинного змісту (виступає лише як діяльність, а не предмет).

3. Найбільш суттєвим моментом розширення сфери послуг є нове уявлення про зміст складових якості і рівня життя (здоров'я, харчування, житло, приватну власність, включаючи одяг та взуття, послуги, культурне забезпечення, умови праці, соціальне забезпечення, соціально-побутові умови тощо). Ставлячи в центр суспільної діяльності людину, а не матеріальність світу та виробництва, сучасна економічна наука висуває соціум в якості кінцевого соціально-економічного розвитку, що визначає весь комплекс перетворень соціально-економічного та екологічного аспектів. Людство все більше усвідомлює міру своєї людської принагідності, долаючи вузькоматеріальні підходи до визначення умов життя. Сучасні тенденції в розвитку споживання, що супроводжуються підвищенням добробуту та зміною структури споживчих пріоритетів, характеризуються різким зростанням ролі послуг в системі потреб людини. При вирішенні проблеми матеріального забезпечення людини більш вагомим значення

набувають культурні, моральні та духовні цінності. Цінності та потреби складають субстанцію, мотиваційний момент розвитку сфери послуг на сучасному етапі.

4. Особливістю сучасного розвитку економіки є швидке збільшення сфери послуг у задоволенні потреб людини, зростання послугоємності ВВП, як нового показника, що кількісно відображає частку сфери послуг у ВВП взагалі, по окремих її видах (фінансових, освітянських, медичних, інформаційних) зокрема.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗУВАННЯ СИСТЕМИ ПОСЛУГ ФОП ПЕТРИШИН Д.І.

2.1 Загальна характеристика господарської діяльності ФОП Петришин Д.І.

Основною сферою діяльності фізичної особи – підприємця Петришина Дмитра Івановича (далі ФОП Петришин Д.І.) є галузь автомобільних вантажних перевезень.

Основними документами ФОП Петришин Д.І. є Свідоцтво про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця серії В00 № 550479 від 08 «серпня» 2003 року, витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань № 21721293 від 23 «лютого» 2016 року.

Загальні відомості про ФОП Петришин Д.І. наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Загальні відомості про ФОП Петришин Д.І.

Повне найменування фізичної особи підприємця	Петришин Дмитро Іванович
Скорочене найменування фізичної особи підприємця	ФОП Петришин Д.І.
Код ЄДРПОУ	2455420667
Податкова адреса суб'єкта господарювання	82100, Львівська область, м. Дрогобич, вул. Нагірна, 8
Місце проведення господарської діяльності	82100, Львівська область, м. Дрогобич, вул. Нагірна, 8
Основний вид економічної діяльності (КВЕД)	49.41 Вантажний автомобільний транспорт 52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту
Форма здійснення господарської діяльності	Автобаза
Банк обслуговування	АКБ «Приватбанк»

Джерело: власна розробка автора на основі діяльності ФОП Петришин Д.І.

Основними видами господарської діяльності ФОП Петришин Д.І. є такі види КВЕД: 49.41 Вантажний автомобільний транспорт, що включає в себе всі види

перевезень вантажним автомобільним транспортом; 52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту.

ФОП Петришин Д.І. здійснює свою діяльність у формі автобази. ФОП Петришин Д.І. здійснює свою діяльність на загальній системі оподаткування та є платником податку на додану вартість (ПДВ). У ФОП Петришин Д.І. працює 13 осіб, що наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Персонал автобази ФОП Петришин Д.І., 2019-2020 роки

№ п/п	Посада	Значення за роками				Відхилення (+,-)		
		2019 р.		2020 р.		абсолютне, осіб	відносне, %	структури, %
		Осіб	структура, %	осіб	структура, %			
1	Бухгалтер	1	7,69	1	7,69	0,0	0,0	0,0
2	Диспетчер	1	7,69	1	7,69	0,0	0,0	0,0
3	Механіки-слюсарі	2	15,38	2	15,38	0,0	0,0	0,0
4	Водії	9	69,23	9	69,23	0,0	0,0	0,0
	Разом	13	100,00	13	100,00	0,0	0,0	0,0

Джерело: власна розробка автора на основі діяльності ФОП Петришин Д.І.

Як можна простежити з табл. 1.2, що на автобазі ФОП Петришин Д.І. протягом 2019-2020 років працювало 13 осіб. Це були: один бухгалтер, один диспетчер, два механіки-слюсарі та дев'ять водіїв. Штат автобази ФОП Петришин Д.І. протягом аналізованого періоду був незмінний, що свідчить про злагодженість колективу та відсутність конфліктів.

ФОП Петришин Д.І. має автопарк вантажних автомобілів-тягачів, який складається з 9 тягачів та 9 причепів, що наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Автопарк автобази ФОП Петришин Д.І., 2020 р.

№ п/п	Модель тягача/причепи	Рік випуску	Пробіг, тис. км.	Вартість у.о.	Вартість тис. грн.
1	Mercedes-Benz Actros 1841	2008	920,0	17200	481600
2	Mercedes-Benz Actros 1842	2013	820,0	27500	770000

Продовження табл. 2.3

3	Mercedes-Benz Actros 1845	2014	617,0	32000	896000
4	Renault Magnum	2014	854,0	17400	487200
5	Renault Magnum	2008	1012,0	11000	308000
6	DAF FT XF 105 460 ATe	2013	880,0	23500	658000
7	DAF XF 105 460	2008	1190,0	14500	406000
8	Scania G	2012	845,0	18500	518000
9	Volvo FH 13 460 EEV Euro 5	2012	900,0	24500	686000
10	Kogel S 24 LEONTEV MEGA	2007	350,0	7500	210000
11	Kogel SN 24	2010	245,0	9700	271600
12	Kogel SN 24 BPV	2005	500,0	5500	154000
13	Kogel SN 24 SN 24	2001	700,0	4900	137200
14	Krone SAF LEONTEV	2008	280,0	7500	210000
15	Krone SAF LEONTEV	2008	240,0	7900	221200
16	Trailor TX 2004	2004	650,0	5400	151200
17	Schmitz Cargobull SAF LEONTEV	2004	530,0	7000	196000
18	Schmitz Cargobull SCS LEONTEV	2008	420,0	7300	204400

Джерело: власна розробка автора на основі діяльності ФОП Петришин Д.І.

Як бачимо з табл. 1.3 автобаза ФОП Петришин Д.І. володів автотягачами Mercedes-Benz (3 одиниці), Renault magnum (2 одиниці), Daf (2 одиниці), Scania (1 одиниця), Volvo (1 одиниця). ФОП Петришин Д.І. володіє 9 напівпричіпами: Kogel (5 одиниць), Krone (2 одиниці), Trailor (1 одиниця), Schmitz (2 одиниці).

Основними постачальниками автобази ФОП Петришин Д.І. є магазини та гуртівні по продажу автомобільних запчастин для вантажних авто, мастил, інших товарів. Автобаза ФОП Петришин Д.І. купляє оптом дизельне паливо на АЗС «Shell», а також на інших АЗС. Основними споживачами автобази ФОП Петришин Д.І. юридичні особи та представники малого та середнього бізнесу (ФОПи), що розташовані в Україні, а також компанії з Європи.

Основними конкурентами автобази ФОП Петришин Д.І. є ПрАТ «Westukrtrans», що розташоване в м. Дрогобичі, а також інші перевізники-ФОПи з Львівщини.

Власного сайту та сторінок в соціальних мережах автобаза ФОП Петришин Д.І. немає.

2.2 Аналізування фінансово-майнового стану ФОП Петришин Д.І.

Система послуг будь-якої фізичної особи-підприємця потребує наявності засобів, техніки та технологій для здійснення підприємницької діяльності. Це дозволяє ефективно та вчасно надавати послуги своїм споживачам. Проведемо дослідження фінансово-майнового стану автобази ФОП Петришин Д.І. за 2019-2020 роки, що передбачає здійснення наступного:

- провести аналізування динаміки майна та джерел утворення майна автобази ФОП Петришин Д.І. за 2019-2020 роки;
- провести аналізування динаміку фінансових результатів автобази ФОП Петришин Д.І. за 2019-2020 роки;
- провести аналізування динаміки та структури витрат автобази ФОП Петришин Д.І. за 2019-2020 роки;
- провести аналізування витрат на оплату праці автобази ФОП Петришин Д.І. за 2019-2020 роки.

Розпочнемо аналізування динаміки майна та джерел утворення майна автобази ФОП Петришин Д.І. за період 2019-2020 років, що наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Аналізування динаміки майна та джерел утворення майна автобаз
 ФОП Петришин Д.І. за 2019-2020 роки

Показники	2019 р.		2020 р.		Відхилення, (+,-)		
	тис. грн.	структура, %	тис. грн.	структура, %	абсолютне, тис. грн.	відносне, %	структури, %
Основні засоби	7830,0	94,22	7520,0	94,59	-310,0	-3,96	0,37
Оборотні засоби	480,0	5,78	430,0	5,41	-50,0	-10,42	-0,37
Майно, разом	8310,0	100,0	7950,0	100,00	-360,0	-4,33	0,00
Власний капітал	7970,0	95,91	7700,0	96,86	-270,0	-3,39	0,95
Поточні та довгострокові зобов'язання	340,0	4,09	250,0	3,14	-90,0	-26,47	-0,95
Джерела утворення майна, разом	8310,0	100,00	7950,0	100,00	-360,0	-4,33	0,00

Джерело: власна розробка автора на основі звітності ФОП Петришин Д.І.

Як можна простежити з табл. 1.4 основні засоби автобаз ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 7830,0 тис. грн., або 94,22 % всього майна. У 2020 році основні засоби склали 7520,0 тис. грн., або 94,59 % всього майна. Це було на 310,0 тис. грн. менше, ніж у 2019 році, або на 3,96 %. Щодо основних засобів, то їх складають тягачі та напівпричепи, що наведено в табл. 1.3, та інше майно, що використовується для обслуговування автомобільної техніки. Зокрема у 2020 році вартість тягачів та напівпричепів автобаз ФОП Петришин Д.І. становила 6966,0 тис. грн. Скорочення вартості основних засобів автобаз ФОП Петришин Д.І. зумовлена зношенням техніки та зменшенням їх ринкової вартості.

Оборотні засоби автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 480,0 тис. грн., що становило 5,78 % всього майна. У 2020 році оборотні засоби автобазы ФОП Петришин Д.І. зменшилися до 430,0 тис. грн., що становило 5,41 %. Це було на 50,0 тис. грн. менше, ніж у 2019 році, або на 10,42 %. До оборотних засобів автобазы ФОП Петришин Д.І. відносяться паливо, інші мастильні матеріали, автозапчастини тощо.

В цілому майно автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становило 8310,0 тис. грн. У 2020 році майно автобазы ФОП Петришин Д.І. зменшилося до 7650,0 тис. грн., що було на 360,0 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 4,33 %.

Власний капітал автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становив 7970,0 тис. грн., або 95,91 % всіх джерел утворення майна. У 2020 році власний капітал автобазы ФОП Петришин Д.І. зменшився до 7700,0 тис. грн., що становило 96,86 % всіх джерел утворення майна. Це було на 270,0 тис. грн. менше, ніж у 2019 році, або на 3,39 %.

Довгострокові зобов'язання автобазы ФОП Петришин Д.І. були відсутні за аналізований період. Поточні зобов'язання автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 340,0 тис. грн., або 4,09 % всіх джерел утворення майна. У 2020 році поточні зобов'язання автобазы ФОП Петришин Д.І. скоротилися до 250,0 тис. грн., або 3,14 % всіх джерел утворення майна. Це було на 90,0 тис. грн. менше, ніж у 2019 році, або на 26,47 %. Поточні зобов'язання автобазы ФОП Петришин Д.І. були за паливо та мастила, автомобільні запчастини.

В цілому джерела утворення майна автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 8310,0 тис. грн. У 2020 році джерела утворення майна автобазы ФОП Петришин Д.І. зменшилися до 7650,0 тис. грн., що було на 360,0 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 4,33 %.

Зобразимо графічно структуру майна та джерелу утворення майна автобазы ФОП Петришин Д.І. за 2020 рік, що наведено на рис. 2.1. та рис. 2.2.

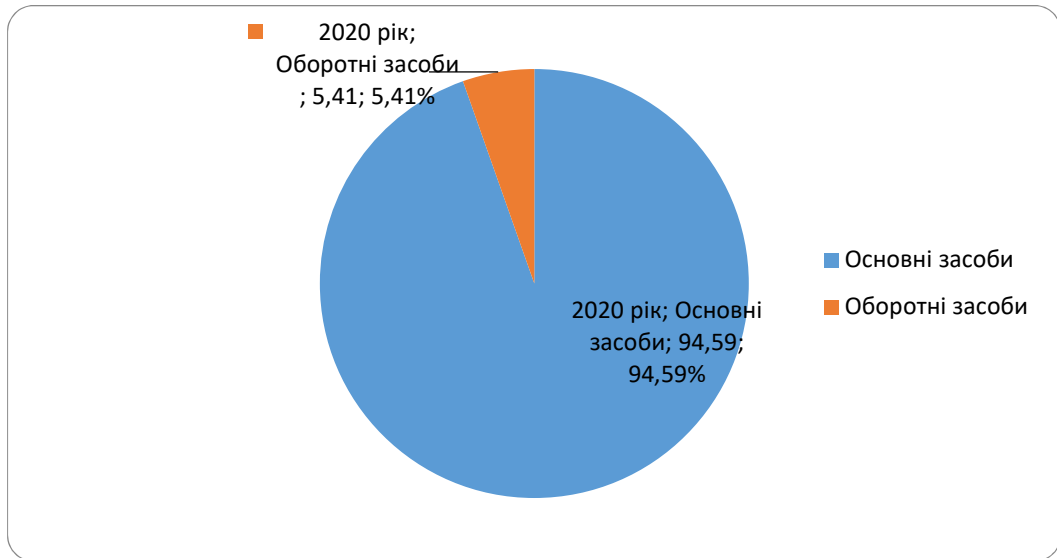


Рис. 2.1. Графічне представлення структури майна автобази ФОП Петришин Д.І. за 2020 рік

Джерело: власна розробка автора на основі звітності ФОП Петришин Д.І.

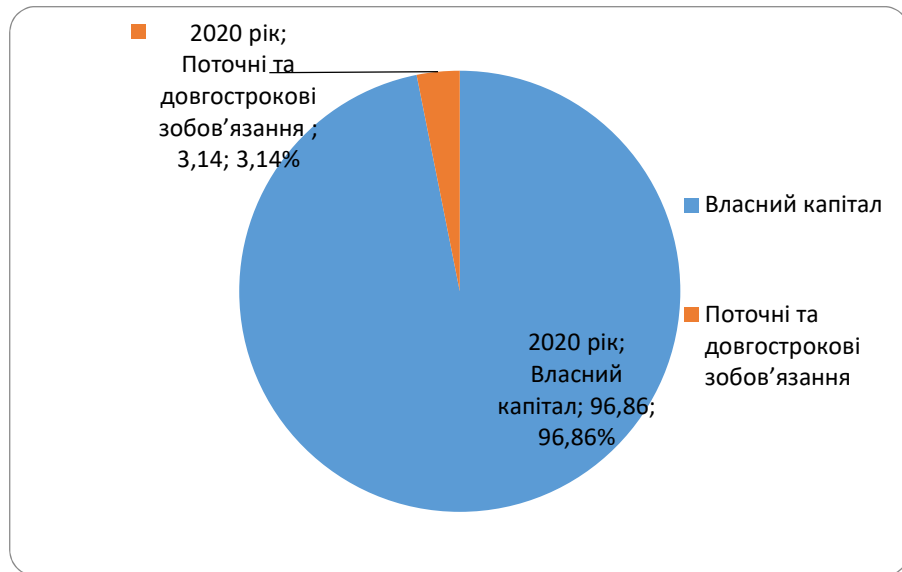


Рис. 2.2. Графічне представлення структури джерелу утворення майна автобази ФОП Петришин Д.І. за 2020 рік

Джерело: власна розробка автора на основі звітності ФОП Петришин Д.І.

Наступним етапом аналізування фінансово-майнового стану ФОП Петришин Д.І. є дослідження фінансових результатів діяльності даного суб'єкта господарювання за 2019-2020 роки, що наведено в табл. 2.5. Слід відмітити, що ФОП Петришин Д.І. перебуває на загальній системі оподаткування, тому якщо річний обсяг доходу перевищує 1 млн. грн., підприємець сплачує ПДВ (20,0 %). За аналізований період ФОП Петришин Д.І. був платником ПДВ.

Таблиця 2.5

Аналізування динаміки фінансових результатів
автобази ФОП Петришин Д.І. за 2019-2020 рр.

Показники	Значення за роками		Відхилення, (+,-)	
	2019 р.	2020 р.	абсолютне, тис. грн.	відносне, %
Валовий дохід від підприємницької діяльності, тис. грн.	15308,0	13827,4	-1480,6	-9,67
Податок на додану вартість, тис. грн.	2551,3	2304,4	-246,9	-9,68
Чистий дохід від підприємницької діяльності, тис. грн.	12756,7	11523,0	-1233,7	-9,67
Загальні витрати діяльності, тис. грн.	10123,8	9114,6	-1009,2	-9,97
ЄСВ ФОП, тис. грн.	11,02	12,71	+1,69	+15,34
Чистий прибуток до оподаткування, тис. грн.	2621,9	2395,7	-226,1	-8,63
Податок з доходу фізичних осіб (18,0 %), тис. грн.	471,9	431,2	-40,7	-8,63
Військовий збір (1,5 %), тис. грн.	39,3	35,9	-3,4	-8,63
Чистий прибуток після оподаткування, тис. грн.	2110,6	1928,5	-182,1	-8,63

Джерело: власна розробка автора на основі звітності ФОП Петришин Д.І.

Як можна простежити з табл. 2.5 валовий дохід автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становив 15308,0 тис. грн. У 2020 році валовий дохід автобази ФОП Петришин Д.І. зменшився на 1480,6 тис. грн., або на 9,67 %. Це зумовлено тим, автобаза ФОП Петришин Д.І. надавала менше послуг вантажних перевезень у 2020

році, що зумовлено що зумовлено дією карантинних заходів проти Covid-19 в Україні та країнах Європи. Відповідно в певних регіонах України та Європи рух автотранспорту був припинений або обмежений.

Оскільки автобаза ФОП Петришин Д.І. є платником ПДВ, то у 2019 році даним суб'єктом господарювання було сплачено ПДВ в обсязі 2551,3 тис. грн. У 2020 році автобаза ФОП Петришин Д.І. сплатила ПДВ в обсязі 230,4 тис. грн., що було на 246,9 тис. грн. менше, або на 9,68 %.

Чистий дохід від підприємницької діяльності автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році склав 12756,7 тис. грн. У 2020 році чистий дохід автобази ФОП Петришин Д.І. знизився до 11523,0 тис. грн., що було на 1233,7 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 9,67 %.

Сумарні загальні витрати автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 10123,8 тис. грн. У 2020 році загальні витрати знизилися до 9114,6 тис. грн., що було на 1009,2 тис. грн. менше, або на 9,97 %.

Єдиного соціального внеску ФОП Петришин Д.І. за себе сплатив 11,02 тис. грн. у 2019 р. та 12,71 тис. грн. у 2020 році, що було на 1,69 тис. грн. більше, ніж минулого року, або на 15,34 %.

Чистого прибутку до оподаткування автобаза ФОП Петришин Д.І. у 2019 році отримала в обсязі 2621,9 тис. грн. У 2020 році чистий прибуток до оподаткування автобази ФОП Петришин Д.І. знизився до 2395,7 тис. грн., що було на 226,1 тис. грн. менше, або на 8,63 %, ніж попереднього року.

Автобаза ФОП Петришин Д.І. за аналізований період згідно з чинного податкового законодавства сплатила два види податку з чистого прибутку до оподаткування. Так, податку з доходу фізичних осіб (18,0 %) у 2019 році було сплачено в обсязі 471,9 тис. грн. У 2020 році автобаза ФОП Петришин Д.І. сплатила податку з доходу фізичних осіб в обсязі 431,2 тис. грн., що було на 40,7 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 8,63 %. Військового збору, ставка якого становить 1,5 %, автобаза ФОП Петришин Д.І. у 2019 році сплатила 39,3 тис. грн. У

2020 році автобаза ФОП Петришин Д.І. сплатила військового збору в обсязі 35,9 тис. грн., що було на 3,4 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 8,63 %.

В цілому чистого прибутку після сплати всіх податків автобаза ФОП Петришин Д.І. отримала у 2019 році в розмірі 2110,6 тис. грн. У 2020 році обсяг чистого прибутку автобази ФОП Петришин Д.І. зменшився до 1928,5 тис. грн., що було на 182,1 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 8,63 %.

Розглянемо динаміку елементів витрат автобази ФОП Петришин Д.І. за період 2019-2020 років, що наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Аналізування динаміки елементів витрат ФОП Петришин Д.І.
за 2019-2020 рр.

Показники	Значення за роками				Відхилення, (+,-)		
	2019 р.		2020 р.		абсолютне, тис. грн.	відносне , %	структури, %
	тис. грн.	структури, %	тис. грн.	структури, %			
Матеріальні витрати	1035,0	10,22	1152,0	12,64	+117,0	+11,30	+2,42
Паливо	6200,0	61,24	5500,0	60,34	-700,0	-11,29	-0,90
Послуги ремонту автотранспорту	320,0	3,16	365,0	4,00	+45,0	+14,06	+0,84
Заробітна плата працівників	1908,0	18,85	1530,0	16,79	-378,0	-19,81	-2,06
Відрахування на заробітну плату працівників	419,76	4,15	336,6	3,69	-83,2	-19,81	-0,45
Послуги страхування	35,0	0,35	32,0	0,35	-3,0	-8,57	+0,01
Послуги паркування	82,0	0,81	53,0	0,58	-29,0	-35,37	-0,23
Інші витрати	124,0	1,22	146,0	1,60	+22,0	+17,74	+0,38
Загальні витрати, разом	10123,8	100,00	9114,6	100,00	-1009,2	-9,97	0,00

Джерело: власна розробка автора на основі звітності ФОП Петришин Д.І.

Як можна простежити з табл. 2.6 матеріальні витрати автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 1035,0 тис. грн., або 10,22 % всіх витрат.

Матеріальні витрати автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2020 році зросли до 1152,0 тис. грн., що становило 12,64 % всіх витрат. Це було на 117,0 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 11,30 %. До матеріальних витрат автобазы ФОП Петришин Д.І. відносилися в основному запчастини до тягачів та причепів, мастила та шини, інші матеріальні цінності.

Найбільшу частку витрат автобазы ФОП Петришин Д.І. займає дизельне пальне. Так, у 2019 році автобаза ФОП Петришин Д.І. на паливо витратила 6200,0 тис. грн., що становило 61,24 % всіх витрат. У 2020 році автобаза ФОП Петришин Д.І. витратила 5500,0 тис. грн., що становило 60,34 % всіх витрат. Скорочення витрат на паливо на 700,0 тис. грн., або на 11,29 % у 2020 році зумовлено зменшенням обсягів вантажних перевезень даною автобазою. Основним постачальником дизельного пального для автобазы ФОП Петришин Д.І. є АЗС «Shell». Ціна 1 л дизельного пального для ФОП Петришин Д.І. становила в середньому 18-20 грн. за аналізований період.

На послуги ремонту тягачів та причепів для автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2019 році було витрачено 320,0 тис. грн., або 3,16 % всіх витрат. У 2020 році на послуги ремонту тягачів та причепів було витрачено 365,0 тис. грн., або 4,0 %, що було на 45,0 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 14,06 %.

Заробітна плата працівників автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становила 1908,0 тис. грн., або 18,85 % всіх витрат. Заробітна плата працівників ФОП Петришин Д.І. у 2020 році скоротилася до 1530,0 тис. грн., або 16,79 % всіх витрат. Це було на 378,0 тис. грн. менше, ніж у 2019 році, або на 19,81 %.

Відрахування на заробітну плату працівників автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 419,76 тис. грн., або 4,15 % всіх витрат. У 2020 році відрахування на заробітну плату працівників даного суб'єкта господарювання скоротилися до 336,6 тис. грн., що становило 3,69 % всіх витрат. Це було на 83,2 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 19,81 %.

Послуги страхування автобази ФОП Петришин Д.І. становили у 2019 році 35,0 тис. грн., або 0,35 % всіх витрат. У 2020 році послуги страхування склали 32,0 тис. грн., або 0,35 % всіх витрат. Послуги страхування автобази ФОП Петришин Д.І. передбачали страхування тягачів та напівпричепів, цивільну відповідальність водіїв.

Послуги паркування автобази ФОП Петришин Д.І. становили у 2019 році склали 82,0 тис. грн., або 0,81 % всіх витрат. У 2020 році послуги паркування склали 53,0 тис. грн., або 0,58 % всіх витрат. Це було на 29,0 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 35,37 %. Послуги паркування включали в себе плату за паркування в Україні та Європі, часто зумовлено очікуванням та завантаження та розвантаження вантажів.

Інші витрати автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 124,0 тис. грн., або 1,22 % всіх витрат. Інші витрати автобази ФОП Петришин Д.І. у 2020 році зросли до 146,0 тис. грн., або 1,6 % всіх витрат. Це було на 22,0 тис. грн. більше, ніж минулого року, або на 17,74 %. До інших витрат автобази ФОП Петришин Д.І. відносять витрати, що виникають в процесі вантажних перевезень, зокрема це були плата за проїзд платними автобанами.

В цілому загальні витрати автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 10123,8 тис. грн. У 2020 році загальні витрати ФОП Петришин Д.І. знизилися до 9114,6 тис. грн., що було на 1009,2 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 9,97 %.

Графічне представлення структури витрат автобази ФОП Петришин Д.І. за 2020 рік наведено на рис. 2.3.

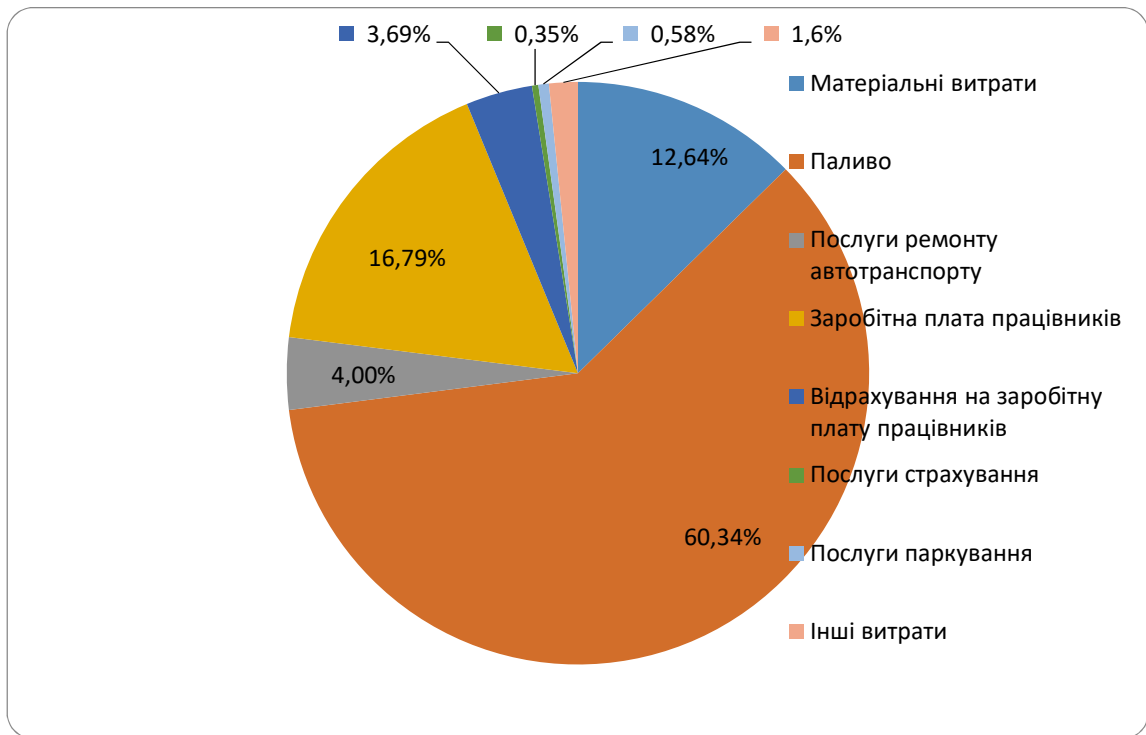


Рис. 2.3. Графічне представлення структури витрат автобазы ФОП Петришин Д.І. за 2020 рік

Джерело: власна розробка автора на основі звітності ФОП Петришин Д.І.

Заключним етапом аналізування фінансово-майнового стану автобазы ФОП Петришин Д.І. буде дослідження витрат на оплату праці даного суб'єкта господарювання за 2019-2020 роки, що наведено в табл. 2.7. Протягом досліджуваного періоду на автобазі ФОП Петришин Д.І. працювало 13 найманих працівників. Це були: бухгалтер (1 особа), диспетчер (1 особа), механіки (2 особи), водії (9 осіб).

Таблиця 2.7

Аналізування динаміки витрат на оплату праці
автобазі ФОП Петришин Д.І., 2019-2020 роки

Показники	Значення за роками		Відхилення, (+,-)	
	2019 р.	2020 р.	абсолютне	відносне, %
Заробітна плата бухгалтера, тис. грн.	96,0	96,0	0,0	0,0
Заробітна плата диспетчера, тис. грн.	96,0	96,0	0,0	0,0
Заробітна плата механіків-слюсарів, тис. грн.	204,0	204,0	0,0	0,0
Заробітна плата водіїв, тис. грн.	1512,0	1134,0	-378,0	-25,0
Відрахування на соціальні заходи, тис. грн.	419,76	336,6	-83,16	-19,81
Витрати на оплату праці, разом, тис. грн.	2327,76	1866,6	-461,16	-19,81

Джерело: власна розробка автора на основі звітності ФОП Петришин Д.І.

З таблиці 2.7 можна простежити динаміку витрат оплати праці автобазі ФОП Петришин Д.І. На автобазі ФОП Петришин Д.І. працює один бухгалтер, оклад якого протягом аналізованого періоду становить 8000 грн. За 2019-2020 роки було витрачено на оплату праці бухгалтеру. Бухгалтер автобазі ФОП Петришин Д.І. займається бухгалтерією, веденням звітності, подачі декларацій в ДФС, нарахуванням заробітної плати тощо. Щорічно за аналізований період автобаза ФОП Петришин Д.І. сплатила 96,0 тис. грн. заробітної плати бухгалтеру.

На автобазі ФОП Петришин Д.І. працює диспетчер, що займається питання оперативного регулювання автобазі. Диспетчер автобазі ФОП Петришин Д.І.: забезпечує оформлення, видачу та приймання документів, що відображають роботу водіїв; проводить реєстрацію дорожньої документації та облік роботи тягачів автобазі; контролює дотримання водіями транспортної дисципліни; контролює отримання і залишків пального; здійснює зв'язок із замовниками перевезень; доводить до водіїв повідомлення про умови та особливості вантажних перевезень на маршрутах, погодні умови та стан доріг.

Протягом 2019-2020 років заробітна плата диспетчера автобазы ФОП Петришин Д.І. становила 8000 грн. в місяць. Щорічно було витрачено автобазою ФОП Петришин Д.І. 96,0 тис. грн. на заробітну плату диспетчера.

На автобазі ФОП Петришин Д.І. працювало двоє механіків-слюсарів, місячний оклад яких протягом 2019-2020 років становив 8500 грн. У 2019-2020 роках на їхню заробітну плату було витрачено 204,0 тис. грн. щорічно. До обов'язків та функцій механіків-слюсарів належить ремонт та технічне обслуговування тягачів та напівпричепів автобазы ФОП Петришин Д.І.

На автобазі ФОП Петришин Д.І працювало за аналізований період 9 водіїв. Середньомісячний оклад кожного водія у 2019 році становив 14000 грн. У 2020 році у зв'язку з карантинними заходами проти Covid-19, що спричинило зменшення обсягів вантажних перевезень, середньомісячний оклад було знижено до 10500 грн. На заробітну плату водіїв автобаза ФОП Петришин Д.І. витратила у 2019 році 1512,0 тис. грн. У 2020 році на заробітну плату водіїв автобазы ФОП Петришин Д.І. витратила 1134,0 тис. грн., що було на 378,0 тис. грн. менше, ніж у 2019 році, або на 25,0 %.

Відрахування на соціальні заходи автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 419,76 тис. грн. У 2020 році відрахування на соціальні заходи даного суб'єкта господарювання знизилися до 336,6 тис. грн., що було на 83,16 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 19,81 %.

В цілому витрати на оплату праці автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2019 році склали 2327,76 тис. грн. У 2020 році витрати на оплату праці автобазы ФОП Петришин Д.І. скоротилися до 1866,6 тис. грн., що на 461,16 тис. грн. було менше, ніж попереднього року, або на 19,81 %. Скорочення зумовлено тим, що автобаза ФОП Петришин Д.І. зменшила обсяги наданих послуг вантажних перевезень у зв'язку з карантинними заходами проти Covid-19.

2.3. Аналізування системи послуг вантажних перевезень ФОП Петришин Д.І.

Операційна система автобази ФОП Петришин Д.І. передбачає надання послуг перевезень всіх видів вантажів автотягачами з напівпричепами максимальною вантажопідйомністю 22 т та об'ємом до 92 куб. м. Пошук вантажів здійснює диспетчер по Україні та Європі, розробляє та планує маршрути перевезення вантажів автотягачами марок Mercedes-Benz, Renault, Daf, Vovlo та Scania. Автобаза ФОП Петришин Д.І. надає послуги транспортування та експедицію вантажів, що наведено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Види транспортно-експедиційних послуг автобази ФОП Петришин Д.І., 2020 р.

Види транспортно-експедиційних послуг	Види послуг, що надаються
1. Транспортні:	+
1.1. завезення вантажу,	+
1.2. вивезення вантажу.	+
2. Вантажно-розвантажувальні:	+
2.1. навантаження,	+
2.2. розвантаження,	+
2.3. сортування,	-
2.4. пакування.	-
3. Експедиційні:	+
3.1. супроводження вантажу,	+
3.2. оформлення документів,	+
3.3. різні види розрахунків.	+

Джерело: власна розробка автора на основі діяльності ФОП Петришин Д.І.

Як можна простежити з табл. 2.8 автобаза ФОП Петришин Д.І. надає транспортні та експедиційні послуги, а також може виконати вантажно-розвантажувальні послуги.

Розглянемо технологію системи транспортно-експедиційних послуг автобази ФОП Петришин Д.І. Автобаза ФОП Петришин Д.І. застосовує наскрізну технологію доставки вантажів одним автотягачем без заміни водіїв.

Слід відмітити, що діяльність роботи водіїв автотягачів з напівпричепами в Україні та Європі регулюється умовами та нормативами Європейської угоди щодо роботи екіпажів, які виконують міжнародні автомобільні перевезення (ЄУТР), що діє з 2 серпня 2006 року. Ці умови впливають на діяльність автобази ФОП Петришин Д.І. та систему послуг вантажних перевезень. Зокрема, щоденний час одного водія за кермом має бути не більше 9 год. Час руху, що дозволяється щотижня для одного водія становить 56 год., якщо протягом двох послідовних тижнів не більше 90 год.

Максимальний час безперервного керування для водіїв автотягачів має бути не більше 4 години 30 хвилин. Повинна бути зупинка для відпочинку тривалістю не менше 45 хвилин, або 3 рази як мінімум по 15 хвилин. Щоденний відпочинок для водія повинен бути як мінімум 11 безперервних годин. Щотижневий відпочинок для водіїв повинен бути 45 послідовних годин, включаючи щоденний відпочинок, після 6 щоденних періодів керування. Отже, як можна побачити з умов ЄУТР, яка регулює діяльність роботи вантажного автотранспорту та обмежує денний пробіг автотягачів з одним водієм до 450 км.

Автобаза ФОП Петришин Д.І. має такий алгоритм надання послуг вантажних перевезень:

1. Замовник контактує з диспетчером та заповнює декларацію на вантаж.
2. Вантаж оцінюється диспетчером автобази, узгоджується вартість перевезень із змовником. Вартість перевезення сплачує або відправник, або одержувач.
3. Після оформлення вантажу відправник повідомляє одержувача такі дані як номер декларації, рейс, яким буде відправлено вантаж, дату відправлення вантажу та термін доставки до замовника.

4. Автобаза ФОП Петришин Д.І. здійснює перевезення вантажів.
5. Одержувач отримує вантаж в кінцевій точці доставки.

Автобаза ФОП Петришин Д.І. використовує типовий договір на надання послуг вантажних перевезення, що містить такі пункти: дані про замовника, термін та час доставляння вантажу, маршрут перевезення, завантаження вантажу, умови розмитнення вантажу, дані про автотягач, напівпричіп та водія, умови оплати та сума фрахту, відповідальність сторін вантажних перевезень, інші умови.

Автобаза ФОП Петришин Д.І. за роки діяльності сформувала великий контингент споживачі. Серед постійних замовників є такі відомі місцеві компанії, підприємства та суб'єкти господарювання: ТОВ «ТРИВІТА», ПП «Транслайнер», ДП «ФМ Ложістик Дніпро», ПП «Боровик», Приватне підприємство торгівельна фірма «Антошка», ТОВ «СМ-Транссервіс», ТОВ «Пі енд Оу Ферімастерз», ТОВ «СМАРТІ ФЕМІЛІ», ТОВ «ЕКОЛЬ ЛОГІСТИК», ТОВ «СВІСС КРОНО», ТОВ «МІЛВУД», ТОВ «ЛОГІМЕКС», ТОВ «Прикарпаття», ТОВ «Інтер'єр», ФОП Ярич В.М., ФОП Терещенко О.О., ФОП Атаманюк В.М., та інші. Для ряду клієнтів автобаза ФОП Петришин Д.І. виступає виключним перевізником, а для інших клієнтів – переважним перевізником.

Обсяги наданих послуг вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. за 2019-2020 роки наведено в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Обсяги наданих послуг вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. за 2019-2020 роки, тис. грн.

№ п/п	Замовники	Значення за роками				Відхилення (+,-)	
		2019 р.		2020 р.		абсолютне	відносне, %
		тис. грн.	структура, %	тис. грн.	структура, %		
1	ТОВ «ТРИВІТА»	1148,1	7,5	1078,5	7,8	-69,6	-6,06
2	ПП «Транслайнер»	1086,9	7,1	940,3	6,8	-146,6	-13,49
3	ДП «ФМ Ложістик Дніпро»	1454,3	9,5	1230,6	8,9	-223,6	-15,38
4	ПП «Боровик»	1331,8	8,7	1064,7	7,7	-267,1	-20,05

5	Приватне підприємство торгівельна фірма «Антошка»	964,4	6,3	940,3	6,8	-24,1	-2,50
6	ТОВ «СМ-Транссервіс»	642,9	4,2	691,4	5,0	+48,4	+7,53
7	ТОВ «Пі енд Оу Ферімастерз»	857,2	5,6	719,0	5,2	-138,2	-16,12
8	ТОВ «СМАРТІ ФЕМІЛІ»	1194,0	7,8	1133,8	8,2	-60,2	-5,04
9	ТОВ «ЕКОЛЬ ЛОГІСТІК»	1714,5	11,2	1866,7	13,5	+152,2	+8,88
10	ТОВ «СВІСС КРОНО»	704,2	4,6	497,8	3,6	-206,4	-29,31
11	ТОВ «МІЛВУД»	489,9	3,2	497,8	3,6	+7,9	+1,62
12	ТОВ «ЛОГІМЕКС»	688,9	4,5	691,4	5,0	+2,5	+0,36
13	ТОП «Прикарпаття»	704,2	4,6	497,8	3,6	-206,4	-29,31
14	ТОВ «Інтер'єр»	382,7	2,5	414,8	3,0	+32,1	+8,39
15	ФОП Ярич В.М.	275,5	1,8	165,9	1,2	-109,6	-39,78
16	ФОП Терещенко О.О.	199,0	1,3	152,1	1,1	-46,9	-23,57
17	ФОП Атаманюк В.М.	107,2	0,7	165,9	1,2	+58,8	+54,85
18	Інші замовники	1362,4	8,9	1078,5	7,8	-283,9	-20,84
	Всього	15308,0	100,0	13827,4	100,0	-1480,6	-9,67

Джерело: власна розробка автора на основі звітності ФОП Петришин Д.І.

Як можна простежити з таблиці 2.9 найбільшим замовником вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. було ТОВ «ЕКОЛЬ ЛОГІСТІК», що у 2019 році оплатило послуг вантажних перевезень на суму 1714,5 тис. грн., або 11,2 % всіх замовлень. У 2020 році ТОВ «ЕКОЛЬ ЛОГІСТІК» оплатило 1866,7 тис. грн. за вантажні перевезення, або 13,5 % всіх замовлень. Це було на 152,2 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 8,88 %.

Автобаза ФОП Петришин Д.І. у 2020 році надала послуг вантажних перевезень ТОВ «ТРИВІТА» на суму 1078,5 тис. грн., або 7,8 % всіх замовлень; ПП «Транслайнер» на суму 940,3 тис. грн., або 6,8 % всіх замовлень; ДП «ФМ Ложістік Дніпро» на суму 1230,6 тис. грн., або 8,9 % всіх замовлень; ПП «Боровик» на суму 1064,7 тис. грн., або 7,7 % всіх замовлень.

В цілому у 2020 році обсяги перевезень зменшилися по всіх замовниках Автобази ФОП Петришин Д.І., що пов'язано із карантинними заходами проти COVID-19.

В таблиці 2.10 представлена вартість перевезень вантажів автобазою ФОП Петришин Д.І. з міста Львів до великих міст України автотягачем з напівприцепом максимальною вагою до 22 т.

Таблиця 2.10

Розцінка за перевезення вантажів з м. Львова до інших міст України автобазою
ФОП Петришин Д.І., 2018-2020 рр., грн.

№ п/п	З пункту призначення	До пункту призначення	Значення за роками			Відхилення (+,-), 2020/2019 рр.	
			2018	2019	2020	абсолютне, грн..	відносне, %
1	Львів	Київ	10279	10820	11361	+541	+5
2	Львів	Луцьк	2850	3000	3150	+150	+5
3	Львів	Тернопіль	2546	2680	2814	+134	+5
4	Львів	Ужгород	5111	5380	5649	+269	+5
5	Львів	Ів. Франк.	2527	2660	2793	+133	+5
6	Львів	Чернівці	5206	5480	5754	+274	+5
7	Львів	Хмельницький	4693	4940	5187	+247	+5
8	Львів	Житомир	7619	8020	8421	+401	+5
9	Львів	Вінниця	7011	7380	7749	+369	+5
10	Львів	Черкаси	13984	14720	15456	+736	+5
11	Львів	Кропивницький	13262	13960	14658	+698	+5
12	Львів	Одеса	15200	16000	16800	+800	+5
13	Львів	Миколаїв	15352	16160	16968	+808	+5
14	Львів	Дніпро	19646	20680	21714	+1034	+5
15	Львів	Кривий Ріг	15656	16480	17304	+824	+5
16	Львів	Херсон	16587	17460	18333	+873	+5
17	Львів	Запоріжжя	19209	20220	21231	+1011	+5
18	Львів	Чернігів	13338	14040	14742	+702	+5
19	Львів	Суми	17480	18400	19320	+920	+5
20	Львів	Полтава	16986	17880	18774	+894	+5
21	Львів	Харків	19589	20620	21651	+1031	+5
22	Львів	Ізмаїл	19798	20840	21882	+1042	+5
23	Львів	Рівне	4009	4220	4431	+211	+5

Джерело: власна розробка автора на основі діяльності ФОП Петришин Д.І.

В таблиці 2.10 наведені ціни на вантажні перевезення автобазою ФОП Петришин Д.І. з міста Львова по Україні. В середньому у 2020 році вартість вантажних перевезень зросла на 5 % у порівнянні з 2019 роком. Подорожчання вартості перевезення пов'язане із зростанням вартості дизельного палива, курсу

валют, вартості автозапчастин, мастильних матеріалів, мінімальної заробітної плати в Україні, середньомісячної заробітної плати в галузі вантажних перевезень.

Виділимо для автобази ФОП Петришин Д.І. сильні та слабкі сторони системи послуг вантажних перевезень станом на 2020 рік, що наведено в таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

Сильні та слабкі сторони системи послуг вантажних перевезень автобази
ФОП Петришин Д.І., 2020 р.

Сильні сторони автобази	Слабкі сторони автобази
Значний досвід роботи на ринку автомобільних перевезень	Відсутність сайту автобази, відсутність сторінок у соціальних мереж
Сформований контингент постійних споживачів	Середній вік автотягачів автобази становить – 9,6 років, середній вік напівпричепів автобази становить – 14,4 років
Досвідчений та компетентний персонал	Відсутність спеціального обладнання для ремонту автотягачів та напівпричепів
Доступні та прийнятні ціни за вантажні перевезення	Великий пробіг автотягачів без вантажів

Джерело: власна розробка автора на основі діяльності ФОП Петришин Д.І.

Отже, як можна простежити з таблиці 2.11, що до сильних сторін системи послуг вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. належать:

- значний досвід роботи на ринку вантажних автомобільних перевезень з 2006 року;
- сформований контингент постійних споживачів – великі виробничі підприємства, логістичні оператори, що розміщені в Україні та Європі;
- досвідчений та компетентний персонал автобази – водії та механіки-слюсарі, деякі з них працюють понад 10 років в даного суб'єкта господарювання;
- доступні та прийнятні ціни за вантажні перевезення, зокрема вартість за 1 км перевезень із вантажем коливається від 15 до 22 грн, що пов'язано із складністю перевезень, типу вантажів, тощо.

До слабких сторін системи послуг вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. належать:

- відсутність сайту автобази та відсутність сторінок у соціальних мереж, що створює проблеми для поширення інформації про діяльність автобази ФОП Петришин Д.І.;

- середній вік автотягачів автобази ФОП Петришин Д.І. становить – 9,6 років, середній вік напівпричепів автобази ФОП Петришин Д.І становить – 14,4 років. Це впливає на частоту поломки техніки, зношення деяких агрегатів та вузлів, простою автотягачів в ремонтів, витрат пального тощо;

- відсутність спеціального обладнання для ремонту автотягачів та напівпричепів ФОП Петришин Д.І., тобто слюсарі-механіки не в змозі відремонтувати деякі поломки техніки, тому слід користуватися послугами спеціальних автосервісів ;

- великий пробіг автотягачів ФОП Петришин Д.І без вантажів У 2020 році автопробіг 1 автотягача з напівпричепом без вантажу автобази ФОП Петришин Д.І. знизився до 24444 км в рік, що було на 3111 км менше, ніж попереднього року, або на 11,29 %.

Сильні сторони автобази ФОП Петришин Д.І. повинна використовувати для кращого виконання послуг вантажних перевезень, а слабких сторін слід позбутися або унеможливити вплив на сферу вантажних перевезень.

Для оцінки ефективності використання системи послуг вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. використаємо продуктивність праці та собівартість перевезень. Слід відмітити, що у 2019 році автобазою ФОП Петришин Д.І. було закуплено сумарно 248 000 літрів дизельного пального, тоді як у 2020 році було закуплено 220 000 літрів дизельного пального. Загальний річний пробіг дев'яти тягачів з напівпричепами автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становив 992 000 тис. км., тоді як у 2020 році пробіг зменшився до 880 000 тис. км. В середньому на один тягач з напівпричепом автобази ФОП Петришин припадає 75 % часу руху

із вантажем та 25 % часу руху без вантажу. Рух без вантажу автотягачів автобазу ФОП Петришин зумовлений рухом до місця завантаження, змінення місця паркування, рух до місця ремонту тощо.

Отже, вищенаведені показники ефективності використання транспортних засобів автобазу ФОП Петришин Д.І. за 2018-2020 роки продемонстровано в таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Аналізування показників ефективності використання транспортних засобів автобазу ФОП Петришин Д.І., 2018-2020 рр.

Показники	Значення за роками			Відхилення(+,-), 2020р./2019р.	
	2018	2019	2020	абсолютне	відносне, %
Кількість водіїв, ос.	9	9	9	0,0	0,0
Кількість автотягачів з напівпричепами, шт.	9	9	9	0,0	0,0
Продуктивність праці, водіїв, тис. грн./ос.	1650,8	1700,1	1536,4	-163,7	-9,63
Середня вартість 1 км перевезення вантажу, грн. (при завантаженні 20 т.)	20,42	20,57	20,95	+0,38	+1,85
Середня собівартість 1 км перевезення вантажу, грн. (при завантаженні 20 т.)	13,54	13,61	13,81	+0,2	+1,47
Середньорічний пробіг без вантажу 1 автотягача з напівпричепами, км	27150	27555	24444	-3111	-11,29
Середньорічний пробіг з вантажем 1 автотягача з напівпричепами, км	81450	82666	73333	-9333	-11,29
Коефіцієнт технічної готовності рухомого складу	0,83	0,84	0,78	-0,06	-7,14
Коефіцієнт випуску рухомого складу на лінію	0,79	0,78	0,69	-0,09	-11,54
Коефіцієнт нерівномірності перевезень	1,07	1,03	1,2	+0,17	+16,5

Джерело: власна розробка автора на основі звітності ФОП Петришин Д.І.

Отже, з таблиці 2.12 бачимо, що протягом 2018-2020 років на автобазі ФОП Петришин Д.І. працювало 9 водіїв та функціонувало 9 автотягачів з

напівпричепами. Продуктивність праці водіїв автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2018 році становила 1650,8 тис. грн. в рік. У 2019 році продуктивність праці водіїв автобазы ФОП Петришин Д.І. збільшилася до 1700,1 тис. грн. У 2020 році продуктивність праці водіїв автобазы ФОП Петришин Д.І. зменшилися до 1536,4 тис. грн., що було на 163,7 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 9,63 %. Це зумовлено скороченням обсягів вантажних перевезень ФОП Петришин Д.І. у 2020 році.

Середня вартість 1 км перевезення вантажу автобазою ФОП Петришин Д.І. для споживачів щорічно зростає, проте не суттєво. Так, у 2018 році середня вартість 1 км перевезення вантажу автобазою ФОП Петришин Д.І. становила 20,42 грн. У 2019 році середня вартість 1 км перевезення вантажу зросла до 20,57 грн. У 2020 році середня вартість 1 км перевезення вантажу зросла до 20,95 грн., що було на 0,38 грн. більше, ніж попереднього року, або на 1,85 %.

Середня собівартість 1 км перевезення вантажу автобазою ФОП Петришин Д.І. щорічно зростає. У 2018 році середня собівартість 1 км перевезення вантажу автобазою ФОП Петришин Д.І. становила 13,54 грн. У 2019 році собівартість 1 км перевезення вантажу зросла до 13,61 грн. У 2020 році собівартість 1 км перевезення вантажу ФОП Петришин Д.І. збільшилася до 13,81 грн., що було на 0,2 грн. більше, ніж минулого року, або на 1,47 %.

Середньорічний пробіг без вантажу 1 автотягача з напівпричепом автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2018 році становив 27150 км в рік. У 2019 році автопробіг 1 автотягача з напівпричепом без вантажу становив 27555 км. У 2020 році автопробіг 1 автотягача з напівпричепом без вантажу автобазы ФОП Петришин Д.І. знизився до 24444 км в рік, що було на 3111 км менше, ніж попереднього року, або на 11,29 %.

Середньорічний пробіг з вантажем 1 автотягача з напівпричепом автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2018 році становив 81450 км в рік. У 2019 році автопробіг 1 автотягача з напівпричепом з вантажем становив 82666 км. У 2020 році автопробіг

1 автотягача з напівпричепом з вантажем автобази ФОП Петришин Д.І. знизився до 733333 км в рік, що було на 9333 км менше, ніж попереднього року, або на 11,29 %, що зумовлено зменшенням обсягів вантажних перевезень.

Коефіцієнт технічної готовності рухомого складу автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становив 0,84. У 2020 році коефіцієнт технічної готовності рухомого складу зменшився до 0,78, що було на 0,06 менше, ніж попереднього року, або на 7,14 %. Коефіцієнт випуску рухомого складу на лінію автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становив 0,78. У 2020 році коефіцієнт випуску рухомого складу на лінію скоротився до 0,69, або на 0,09 менше, ніж минулого року, або на 11,54 %. Коефіцієнт нерівномірності перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становив 1,03, а у 2020 році збільшився до 1,2, що на 0,17 було більше, ніж попереднього року.

Як бачимо з табл. 1.12 у 2020 році погіршилися показники використання транспортних засобів автобази ФОП Петришин Д.І., що зумовлено карантинними заходами та зменшеннями обсягів вантажних перевезень.

Оскільки автобаза ФОП Петришин Д.І. надає послуги вантажних перевезень, то проаналізуємо основні показники технічного стану основних засобів, що наведено в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Аналізування показників стану транспортних засобів автобази Петришин Д.І.
за 2019-2020 рр.

Показники	Значення показників		Відхилення(+/-)	
	2019 р.	2020 р.	абсолютне	відносне, %
Первісна вартість транспортних засобів, тис. грн.	7641,5	7424,5	-217,0	-2,84
Знос транспортних засобів, тис. грн.	515,9	458,1	-57,8	-11,20
Залишкова вартість транспортних засобів, тис. грн.	7125,6	6966,4	-159,2	-2,23
Коефіцієнт зносу транспортних засобів	0,068	0,062	-0,006	-8,61

Коефіцієнт придатності транспортних засобів	0,932	0,938	+0,006	+0,62
Фондовіддача транспортних засобів, грн./ грн.	2,148	1,985	-0,163	-7,608
Фондомісткість транспортних засобів, грн./ грн.	0,465	0,504	+0,108	+0,231

Джерело: власна розробка автора на основі звітності ФОП Петришин Д.І.

Проаналізуємо показники стану транспортних засобів автобази Петришин Д.І., що наведено в таблиці 2.13. Так, коефіцієнт зносу транспортних засобів автобази Петришин Д.І. у 2019 році становив 0,068. У 2020 році коефіцієнт зносу транспортних засобів автобази Петришин Д.І. скоротився до 0,062, що на 0,006 пунктів було менше, ніж попереднього року. Відповідно коефіцієнт придатності транспортних засобів автобази Петришин Д.І. зріс із 0,932 у 2019 році до 0,938 у 2020 році, що на 0,006 році більше, ніж попереднього року. Це свідчить про високий рівень придатності транспортних засобів.

Фондовіддача транспортних засобів автобази Петришин Д.І. у 2019 році становила 2,148. У 2020 році фондовіддача транспортних засобів автобази Петришин Д.І. скоротилася до 1,985, або на 0,163 пункти, оскільки зменшились обсяги перевезення вантажів. Фондомісткість транспортних засобів автобази Петришин Д.І. у 2019 році становили 0,465, проте у 2020 році зросла до 0,504, або на 0,108 пунктів, що є негативним явищем.

Отже, автобаза ФОП Петришин Д.І. за аналізований період працює ефективно, оскільки отримує чистий прибуток та сплачує податки. Понад 90% майна автобази ФОП Петришин Д.І. сформовано за рахунок власних коштів. Труднощі в процесі надання послуг вантажних перевезень в автобази ФОП Петришин Д.І. виникло у 2020 році у зв'язку з карантинном у зв'язку з COVID-19, що спричинило простоювання автотягачів. Автобаза ФОП Петришин Д.І. має сформований контингент споживачів, які протягом багатьох років співпрацюють з даним суб'єктом господарювання. У 2020 році середня вартість 1 км перевезення

вантажів автобазою ФОП Петришин становила 20,95 грн., а собівартість 1 км перевезення вантажів склала 13,81 грн.

Висновки до другого розділу

1. Основними постачальниками автобази ФОП Петришин Д.І. є магазини та гуртівні по продажу автомобільних запчастин для вантажних авто, мастил, інших товарів. Автобаза ФОП Петришин Д.І. купляє оптом дизельне паливо на АЗС «Shell», а також на інших АЗС. Основними споживачами автобази ФОП Петришин Д.І. юридичні особи та представники малого та середнього бізнесу (ФОПи), що розташовані в Україні, а також компанії з Європи.

2. Основними конкурентами автобази ФОП Петришин Д.І. є ПрАТ «Westukrtrans», що розташоване в м. Дрогобичі, а також інші перевізники-ФОПи з Львівщини.

3. Матеріальні витрати автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 1035,0 тис. грн., або 10,22 % всіх витрат. Матеріальні витрати автобази ФОП Петришин Д.І. у 2020 році зросли до 1152,0 тис. грн., що становило 12,64 % всіх витрат. Це було на 117,0 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 11,30 %. До матеріальних витрат автобази ФОП Петришин Д.І. відносилися в основному запчастини до тягачів та причепів, мастила та шини, інші матеріальні цінності. В цілому загальні витрати автобази ФОП Петришин Д.І. у 2019 році становили 10123,8 тис. грн. У 2020 році загальні витрати ФОП Петришин Д.І. знизилися до 9114,6 тис. грн., що було на 1009,2 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 9,97 %.

4. Найбільшим замовником вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. було ТОВ «ЕКОЛЬ ЛОГІСТІК», що у 2019 році оплатило послуг вантажних перевезень на суму 1714,5 тис. грн., або 11,2 % всіх замовлень. У 2020 році ТОВ «ЕКОЛЬ ЛОГІСТІК» оплатило 1866,7 тис. грн. за вантажні перевезення, або 13,5 % всіх замовлень. Це було на 152,2 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 8,88 %.

5. До сильних сторін системи послуг вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. належать:

- значний досвід роботи на ринку вантажних автомобільних перевезень з 2006 року;
- сформований контингент постійних споживачів – великі виробничі підприємства, логістичні оператори, що розміщені в Україні та Європі;
- досвідчений та компетентний персонал автобази – водії та механіки-слюсарі, деякі з них працюють понад 10 років в даного суб'єкта господарювання;
- доступні та прийнятні ціни за вантажні перевезення, зокрема вартість за 1 км перевезень із вантажем коливається від 15 до 22 грн, що пов'язано із складністю перевезень, типу вантажів, тощо.

6. До слабких сторін системи послуг вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. належать:

- відсутність сайту автобази та відсутність сторінок у соціальних мереж, що створює проблеми для поширення інформації про діяльність автобази ФОП Петришин Д.І.;

- середній вік автотягачів автобази ФОП Петришин Д.І. становить – 9,6 років, середній вік напівпричепів автобази ФОП Петришин Д.І становить – 14,4 років. Це впливає на частоту поломки техніки, зношення деяких агрегатів та вузлів, простою автотягачів в ремонтів, витрат пального тощо;

- відсутність спеціального обладнання для ремонту автотягачів та напівпричепів ФОП Петришин Д.І., тобто слюсарі-механіки не в змозі відремонтувати деякі поломки техніки, тому слід користуватися послугами спеціальних автосервісів ;

- великий пробіг автотягачів ФОП Петришин Д.І без вантажів У 2020 році автопробіг 1 автотягача з напівпричепом без вантажу автобази ФОП Петришин Д.І. знизився до 24444 км в рік, що було на 3111 км менше, ніж попереднього року, або на 11,29 %.

7. Показники стану транспортних засобів автобази Петришин Д.І., свідчать що за аналізований період вона працює ефективно. Так, коефіцієнт зносу транспортних засобів автобази Петришин Д.І. у 2019 році становив 0,068. У 2020 році коефіцієнт зносу транспортних засобів автобази Петришин Д.І. скоротився до 0,062, що на 0,006 пунктів було менше, ніж попереднього року. Відповідно коефіцієнт придатності транспортних засобів автобази Петришин Д.І. зріс із 0,932 у 2019 році до 0,938 у 2020 році, що на 0,006 році більше, ніж попереднього року. Це свідчить про високий рівень придатності транспортних засобів. Фондовіддача транспортних засобів автобази Петришин Д.І. у 2019 році становила 2,148. У 2020 році фондівіддача транспортних засобів автобази Петришин Д.І. скоротилася до 1,985, або на 0,163 пункти, оскільки зменшились обсяги перевезення вантажів. Фондомісткість транспортних засобів автобази Петришин Д.І. у 2019 році становили 0,465, проте у 2020 році зросла до 0,504, або на 0,108 пунктів, що є негативним явищем.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПОСЛУГ ФОП ПЕТРИШИН Д.І.

3.1 Розроблення напрямків вдосконалення системи послуг ФОП Петришин Д.І.

Автомобільні вантажні перевезення займають дуже важливе значення в національній та світовій економіці. Вантажні перевезення допомагають соціально-економічному розвитку світової економіки: забезпечують перевезення та доставку вантажів, забезпечують розвиток торгівлі та своєчасне постачання виробничих підприємств потрібними матеріалами, забезпечують робочими місцями населення, сплачують податки тощо.

В сучасних ринкових умовах змінилася роль міжнародних автомобільних перевезень, зокрема на перший план виходять компанії та підприємства, що надають послуги транспортно-експедиторських послуг. Основним посередником між покупцем та продавцем товарів є експедитор, що розраховує найкоротший та найоптимальніший маршрут, вибирає надійного перевізника. В цьому економічному ланцюгу автобаза ФОП Петришин Д.І. постає тим перевізником автомобільних перевізником вантажів, від якого буде залежати своєчасність доставляння товарів в місце призначення. На ринку України та Європи є велика кількість компаній та операторів автомобільних вантажних перевезень, тому автобазі ФОП Петришин Д.І. слід надавати найкращий сервіс в процесі перевезення вантажів. Також, не слід забувати, що конкуренцію автомобільним вантажних перевезень складають авіаперевезення, морські перевезення та найпопулярніші залізничні вантажні перевезення.

В процесі аналізування системи послуг вантажних перевезень ФОП Петришин Д.І. виявлено ряд проблем господарської діяльності з якими

зіштовхнувся даний суб'єкт господарювання, та є типовими для представників даної сфери послуг, що представлено в табл 3.1.

Таблиця 3.1

Проблеми діяльності автобази ФОП Петришин Д.І. в процесі вантажних перевезень, 2020 р.

Проблеми діяльності автобази	Наслідки та шляхи вирішення проблем діяльності автобази
Значна конкуренція на ринку автомобільних вантажних перевезень	Значна конкуренція на ринку автомобільних вантажних перевезень призводить до демпінгу цін на вантажні перевезення великими операторами. Автобазі ФОП Петришин Д.І. слід заключати контракти на перевезення вантажів з великими компаніями та логістичними операторами, тим самим забезпечуючи собі на майбутнє обсяги вантажних перевезень.
Пандемія COVID-19 та карантин в Україні та Європі	У 2020 році у зв'язку запровадження карантину проти COVID-19 скоротилися обсяги вантажних перевезень в Європі та Україні (багато виробничих підприємств призупиняли виробництво). Основний вихід для автобази ФОП Петришин Д.І. – переклати пандемію.
Значні витрати на дизельне паливо та автомобільні запчастини	Потрібно моніторити використання дизельного пального. Оскільки паливо має тенденцію до зростання, то слід заключати договори та постачання дизпалива з операторами за потовими цінами. Переглянути контингент споживачів постачальників автозапчастин.
Відсутність власного сайту автобази, відсутність в соціальних мережах та інших інформаційних ресурсах	Автобаза ФОП Петришин Д.І. немає власного сайту, не має сторінок в соціальних мережах, не представлена на спеціальних інформаційних ресурсах (наприклад, https://list.in.ua/). Необхідно створити сайт та поширювати інформацію о компанію на спеціальних інформаційних ресурсах..
Брак та дефіцит автомобільних запчастин	Для автобази ФОП Петришин Д.І. необхідно моніторити стан автотягачів та напівпричепів, сформувати список найбільш затребуваних та часто вживаних запчастин (шини, мастило, втулки, сальники, підшипники). Переглянути контингент постачальників (відмовитись від недобросовісних постачальників), заключити договори з новими постачальниками
Відсутність супутникового моніторингу транспорту	Для автобази ФОП Петришин Д.І. є проблемою відсутність супутникового моніторингу автотягачів. Це проблемно, коли надаються вантажні перевезення в Європі. На кожному автотягачі слід встановити супутникову систему моніторингу транспорту (GNSS - Global Navigation Satellite System) – GPS-трекер

Джерело: власна розробка автора

Отже, розглянемо та проаналізуємо основні проблеми діяльності автобази ФОП Петришин Д.І. в процесі вантажних перевезень станом на 2020 р., що було продемонстровано в таблиці 3.1:

- найбільшою проблемою автобази ФОП Петришин Д.І. є значна конкуренція на ринку автомобільних вантажних перевезень, що представлена великою кількістю великих операторів автомобільних вантажних перевезень, великою кількістю приватних перевізників. Часто ці конкуренти демпінгують вартість перевезень, що є суттєвою проблемою. Для автобази ФОП Петришин Д.І. слід якісно надавати послуги вантажних перевезень, тобто вчасно здійснювати доставку вантажів. Як спосіб захисту від конкуренції для автобази ФОП Петришин Д.І. буде заключення договорів з постійними замовниками, великими компаніями, логістичними операторами на регулярні перевезення на кілька років вперед. Це забезпечить роботою автобазу ФОП Петришин Д.І. на майбутнє;

- пандемія COVID-19 та карантин в Україні та Європі негативно вплинула на економіку, зокрема багато промислових та виробничих підприємств призупинили діяльність. Відповідно ФОП Петришин Д.І. втратила частину замовлень, які не відбулися, та змушена також провести деякий час в очікуванні. На жаль, автобаза ФОП Петришин Д.І., як інші транспортні підприємства, на цю проблеми впливу немає;

- «лезову» частку витрат у сфері автомобільних вантажних перевезень мають витрати на дизельне паливо та автомобільні запчастини. Вартість дизельного пального впливає та собівартість та вартість 1 км вантажних перевезень. Автобаза ФОП Петришин Д.І. не може впливати на вартість дизпалива, але може для уникнення ризиків заключати договори з тими операторами та АЗС, які пропонують найвигіднішу ціну та якість дизпалива. Також автобазі ФОП Петришин Д.І. слід переглянути контингент постачальників автозапчастин з позиції «ціна-якість».

- автобаза ФОП Петришин Д.І. немає власного сайту, сторінок в соціальних мереж. Для автобазы ФОП Петришин Д.І. слід розробити власний сайт, де б замовники послуг могли б моніторити статус та місцезнаходження вантажу. Крім того потрібно розмістити інформацію про автобазу ФОП Петришин Д.І. розмістити на спеціалізованих сайтах, щоб потенційні замовники могли легше знайти інформацію про компанію та послуги. Доцільно для автобазы ФОП Петришин Д.І. створити бізнес-сторінку в соціальній мережі Facebook;

- брак та дефіцит автомобільних запчастин для автобазы ФОП Петришин Д.І. є ще однією проблемою У випадку поломки автотягачів та відсутністю на базі потрібних деталей та запчастин автобаза не може здійснювати вантажні перевезення. Слюсарям-механікам ФОП Петришин Д.І. слід моніторити стан автотягачів та напівпричепів, сформувавши список найбільш затребуваних та часто вживаних запчастин (шини, мастило, втулки, сальники, підшипники). Автобазі ФОП Петришин Д.І. слід переглянути контингент постачальників (відмовитись від недобросовісних постачальників), заключити договори з новими постачальниками;

- автотягачі автобазы ФОП Петришин Д.І. не обладнанні приладами супутникового моніторингу, що є проблемою для кращого використання транспортних засобів. На кожному автотягачі слід встановити супутникову систему моніторингу транспорту (GNSS - Global Navigation Satellite System) – GPS-трекер, що дозволить зменшити пробіг автотягачів без вантажу та максимально використовувати їх виробничу потужність. Це дозволить спостерігати за автотягачами автобазы ФОП Петришин Д.І., коли ті перебувають за межами України.

Розроблені напрямки вдосконалення системи послуг автобазы ФОП Петришин Д.І. допоможуть покращити операційну діяльність даного суб'єкта господарювання, збільшити обсяги чистого прибутку, покращити сервіс наданих

послуг автомобільних вантажних перевезень. Розробимо напрямки вдосконалення системи послуг автобази ФОП Петришин Д.І., які наведено на рис. 3.1.

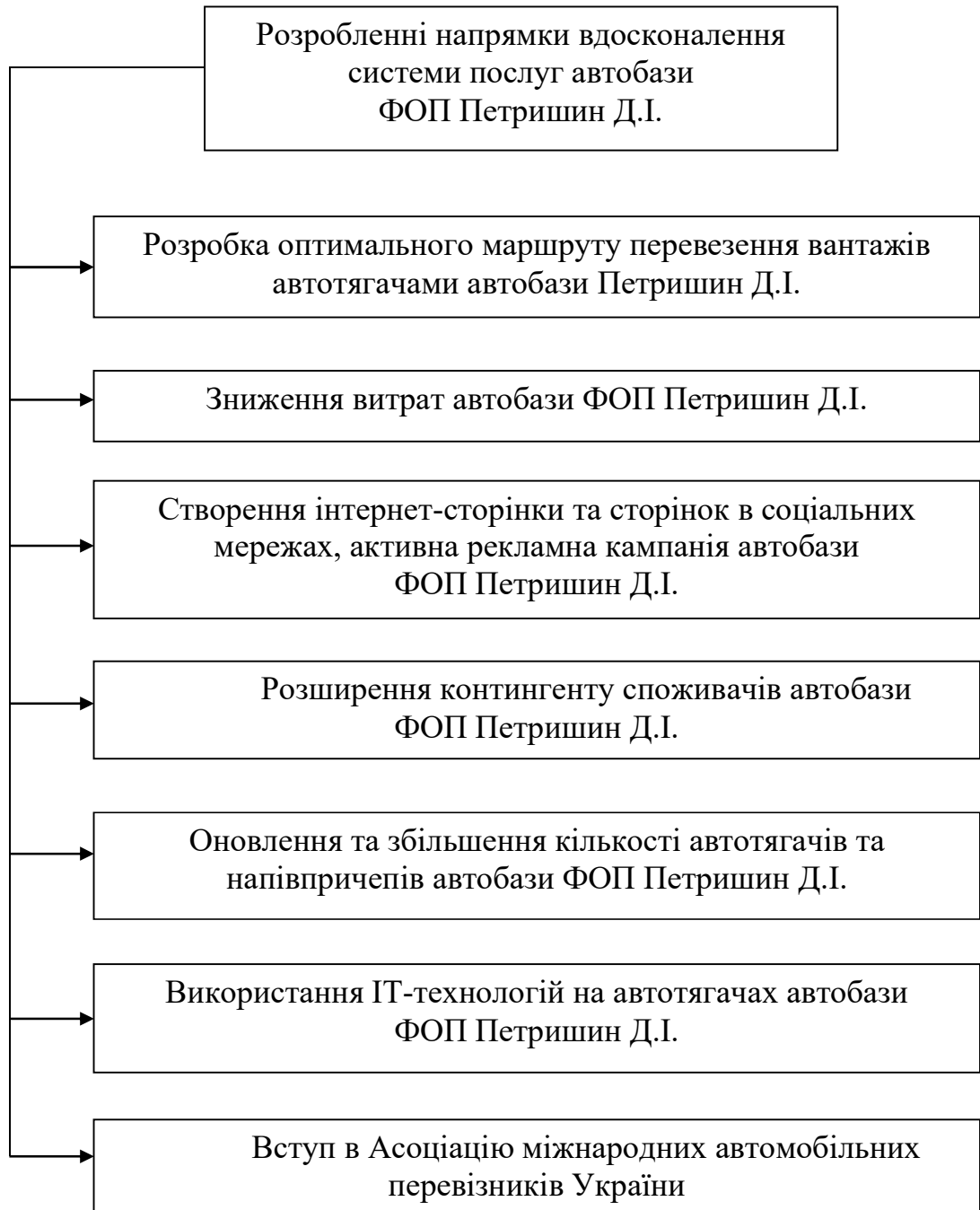


Рис. 3.1. Розробленні напрямки вдосконалення системи послуг автобази ФОП Петришин Д.І.

Джерело: власна розробка автора

Отже, з рис. 3.1 розглянемо розробленні та пропонованні напрямки вдосконалення системи послуг автобази автобази ФОП Петришин Д.І.

Спершу потрібно для розробити один уніфікований алгоритм розробки оптимального маршруту всіх автотягачів з напівпричепами автобази ФОП Петришин Д.І. Цей алгоритм, що зображено на рис. 3.2., передбачає при максимальному завантаженні техніки зменшувати витрати перевезення вантажів та мінімізувати пробіг транспорту без вантажу.

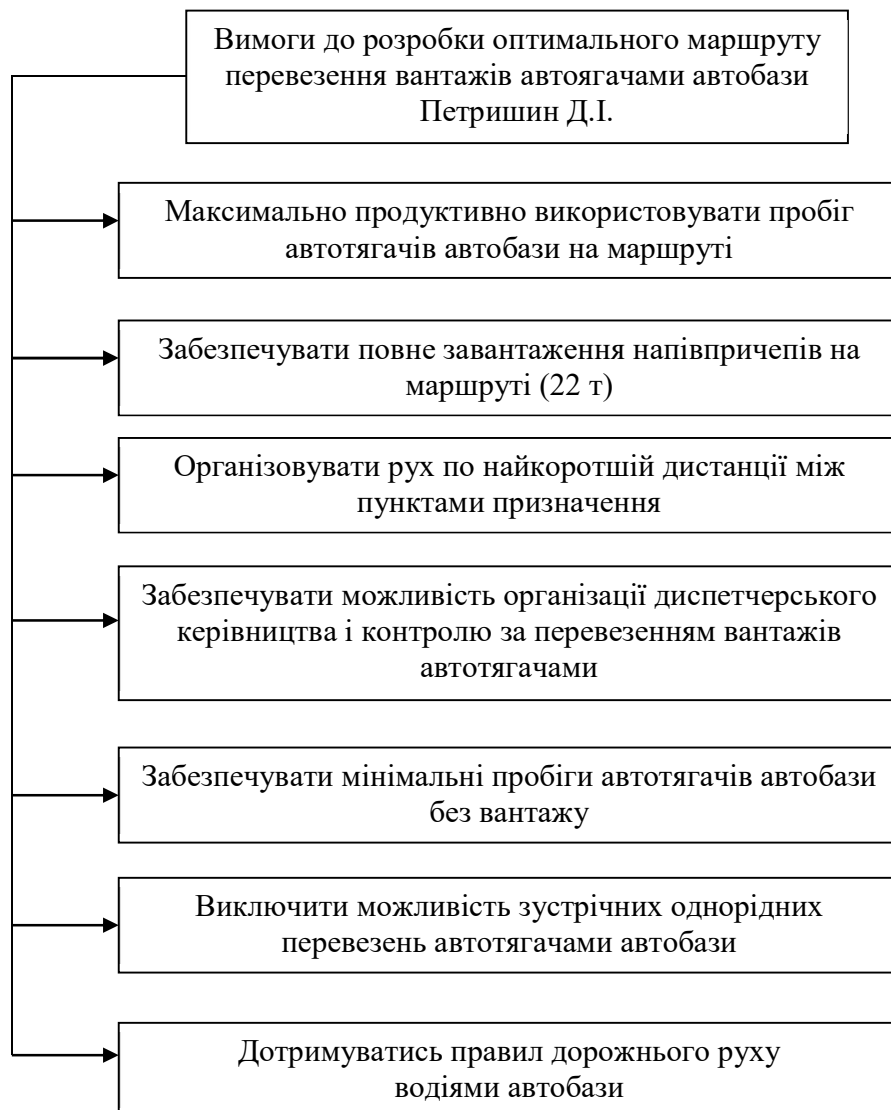


Рис. 3.2. Вимоги до розробки оптимального маршруту перевезення вантажів автотягачами автобази Петришин Д.І.

Джерело: власна розробка автора

Розробка оптимального маршруту перевезення вантажів автотягачами автобази Петришин Д.І. дозволить: підвищити продуктивність автотягачів з напівпричепами під час руху, зниження часу простою автотягачів з напівпричепами у планових та позапланових ремонтах та технічних оглядах, що в цілому підвищить результативність діяльності автобази ФОП Петришин Д.І. з 2021 року.

Наступним напрямком вдосконалення системи послуг автобази ФОП Петришин Д.І. буде зниження витрат від операційної діяльності, тобто від перевезення вантажів. Автобазі ФОП Петришин Д.І. у 2021 р. потрібно оптимізувати та мінімізувати витрати за такими видами:

- витрати на дизельне пальне (зменшити пробіг автотягачів без вантажу);
- витрати на автозапчастини, шини, мастила та інші агрегати;
- витрати на паркування (при можливості паркуватися на безкоштовних стоянках).

Слід відмітити, що на оплаті праці автобазі ФОП Петришин Д.І. не рекомендується економити.

Водіям автобази ФОП Петришин Д.І. в рейсі та механікам-слюсарям на автобазі слід дотримуватися таких заходів для зменшення витрат палива:

- заправляти автотягачі лише тим дизельним паливом, що відповідає конструкціям двигунів та пори року;
- стежити за справністю системи охолодження, не допускаючи перегріву і переохолодження двигуна;
- регулярно перевіряти на діагностичних стендах технічний стан переривника-розподільника, свічок і котушки запалення;
- систематично перевіряти на діагностичних стендах роботу

карбюраторів і паливної апаратури дизелів;

- не допускати роботи двигуна з перевищенням норм на токсичність і димність відпрацьованих газів, а також на підвищених оборотах холостого ходу;
- своєчасно замінювати або промивати фільтруючі елементи повітряних і паливних фільтрів;
- не допускати підтікання палива і його випаровувань через нещільно закриту горловину паливних баків;
- своєчасно і в повному об'ємі виконувати всі операції ТО;
- знання економічних прийомів водіння й вміння ними користуватися;
- скорочувати час роботи двигуна на холостому ходу, у тому числі і для його прогрівання перед початком руху;

Водій має знати норму витрат палива закріпленого за ним автотягача, систематично враховувати витрати палива і при виявленні його перевитрати, негайно повідомити диспетчера автобази ФОП Петришин Д.І.

Для підвищення ефективності системи послуг автобази ФОП Петришин Д.І. слід розміщувати інформацію про діяльність суб'єкта автомобільних вантажних перевезень в Інтернеті, соціальних мережах та спеціальних інформаційних ресурсах. Зараз інформація про ФОП Петришин Д.І. розміщена лише на <https://youcontrol.com.ua/>.

Доцільно зареєструватися на створити сторінки автобази ФОП Петришин Д.І. на таких спеціалізованих інформаційних ресурсах:

<https://list.in.ua>

<https://www.trans.eu/ua/>

<https://della.ua/>

Для автобази ФОП Петришин Д.І. потрібно створити бізнес сторінку в соціальній мережі Facebook, де б розміщувалася б важлива інформація про послуги даного суб'єкта господарювання, цікава інформація для клієнтів та відвідувачів.

Для автобази ФОП Петришин Д.І. потрібно створити власний сайт компанії, на якому б розміщувалася б інформація про: компанію, послуги вантажних перевезень, вартість перевезень та умови перевезень, автопарк автобази, нормативно-правове забезпечення тощо. Крім цього на сайті автобази ФОП Петришин Д.І. слід створити опцію «Мій кабінет», де б замовники вантажних перевезень в режимі реального часу відстежували трекінг та статус перевезень.

Створення Інтернет-сторінки та сторінок в соціальних мережах дозволить активніше рекламувати послуги вантажних перевезень в мережі Інтернет за допомогою контекстної та тангентної реклами.

Наступним етапом вдосконалення системи послуг вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. буде розширення контингенту споживачів. Потрібно збільшувати кількість споживачів, проте найкраще укладати контракти та перевезення з великими компаніями, логістичними операторами на кілька років наперед. Це дозволить забезпечити обсягами замовлень автобазу ФОП Петришин Д.І.

Наступним кроком вдосконалення системи послуг вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. буде оновлення та збільшення кількості автотягачів та напівпричепів автобази. Оскільки середній вік автотягачів автобази становить – 9,6 років, а середній вік напівпричепів автобази становить – 14,4 років, то за кілька років ФОП Петришин Д.І. слід задуматися над оновленням автопарку. Крім того, країни ЄС посилюють вимоги до екологічних норм двигунів, тому для надання послуг в Європі слід мати сучасну техніку.

Пропонується для автобази ФОП Петришин Д.І. в майбутньому зосередитися лише на одному видів тягачів, найкраще це буде MAN серії TGA. Для автобази ФОП Петришин Д.І. доцільно брати вантажівки в лізинг, оскільки це буде дешевше, ніж в кредит. На ринку лізингу автотягачів в Україні діють такі оператори як: VAB лізинг, ЕСКА Капітал, ОTR лізинг, Український лізинговий фонд,

Райфайзен Лізинг Аваль, Найкращим лізингодавцем виступає компанія, яка фінансує лізинг нових та вживаних автотягачів.

Умовами лізингу вантажних автомобілів від VAB лізинг є: вік автотягачів б/в до 7 років; страхування, що покриває всі ризики, гнучкі графіки платежів; довгострокове фінансування до 60 місяців; вартість об'єкту лізингу – до 1000000 грн.; перший внесок – 30 %, лізинговий відсоток – 12,0 річних, одноразова комісія – 1,2 %, амортизація (місячна) – 3,5 %.

Використання ІТ-технологій на автотягачах автобази ФОП Петришин Д.І. буде проявлятися в монтажі на кожен з 9 автотягачів GPS-трекерами. Оснащений GPS-трекером автотягач автобази ФОП Петришин Д.І. дозволить: визначити поточне місцезнаходження машини в Україні та Європі; відстань, пройдену за день; сумарний час в дорозі та тривалість зупинок; витрати дизельного пального; стиль водіння та акуратність водіїв; порушення правил дорожнього руху та перевищення швидкості; дотримання графіка тощо.

Принцип роботи GPS-трекера полягає у відстеженні і аналізі просторових і часових координат транспортного засобу. Існує два варіанти моніторингу: online - з дистанційною передачею координатної інформації та offline - інформація зчитується після прибуття на диспетчерський пункт.

На транспортному засобі встановлюється мобільний модуль, що складається з наступних частин: приймач супутникових сигналів, модулі зберігання та передачі координатних даних. Програмне забезпечення мобільного модуля отримує координатні дані від приймача сигналів, записує їх в модуль "збереження" і передає за допомогою модуля "передачі".

Важливим для автобази ФОП Петришин Д.І. буде вступ в Асоціацію міжнародних автомобільних перевізників України. Дана асоціація захищає права членів-перевізників, сприяє розвитку перевезення вантажів автомобільним транспортом, представляє інтереси своїх учасників в органах державної влади,

міжнародних організаціях, захищає права учасників, забезпечує зв'язки з громадськістю.

3.2. Економічне оцінювання напрямків вдосконалення системи послуг ФОП Петришин Д.І.

Для впровадження у підприємницьку діяльність напрямків вдосконалення системи послуг ФОП Петришин Д.І. слід профінансувати запропоновані напрями у 2021 році, що продемонстровано у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Прогнозовані витрати для вдосконалення системи послуг вантажних перевезень ФОП Петришин Д.І., 2021 р.

Напрями вдосконалення системи послуг вантажних перевезень	Обсяг витрат, тис. грн.
Створення сайту автобази ФОП Петришин Д.І.	30,0
Реклама у Facebook	24,0
Контекстна реклама за допомогою google awords	30,0
Використання послуг SMS-спеціаліста	30,0
Реклама в місцевих ЗМІ	15,0
Встановлення GPS-трекерів на автотягачі	45,0
Закупівля та встановлення нового обладнання для ремонту та обслуговування автотягачів на напівпричепів	350,0
Вступ в Асоціацію міжнародних автомобільних перевізників України (трансакційні витрати)	1,0
Разом витрат	525,0

Джерело: власна розробка автора

Отже, як можна побачити з табл. 3.2, що для покращення системи послуг ФОП Петришин Д.І. у 2021 році слід витрати даному суб'єкту господарювання

525,0 тис. грн. Розглянемо, які потрібно здійснити витрати для ФОП Петришин Д.І. для вдосконалення системи послуг.

Для створення сайт автобази ФОП Петришин Д.І. у 2021 році слід витратити 30,0 тис. грн. Сайт автобази ФОП Петришин Д.І. дозволить краще співпрацювати та комунікувати з клієнтами. На сайті автобази ФОП Петришин Д.І. буде розміщена діяльність про даного суб'єкта господарювання, інформація про автопарк, інформація про види послуг, розцінки та тарифи. На сайті автобази ФОП Петришин Д.І. буде кабінет споживача, де клієнти зможуть відслідковувати переміщення вантажів, робити замовлення послуг тощо.

Для автобази ФОП Петришин Д.І. у 2021 році слід створити сторінку у соціальній мережі Facebook, що є безкоштовною послугою. Для реклами у соціальній мережі Facebook потрібно у 2021 році ФОП Петришин Д.І. потрібно витратити 24,0 тис. грн. Реклама у Facebook автобази ФОП Петришин Д.І. буде розміщуватися серед потенційних споживачів, поширюватися в різних тематичних групах, що пов'язанні із автомобільними вантажними перевезеннями.

Для автобази ФОП Петришин Д.І. слід використовувати контекстну рекламу за допомогою google adwords в мережі Інтернет. Для цього ФОП Петришин Д.І. слід витрати в 2021 році 30,0 тис. грн. Сайт автобази ФОП Петришин Д.І. буде рекламуватися за допомогою ключових слів серед потенційних клієнтів.

Оскільки автобаза ФОП Петришин Д.І. немає в своєму штаті SMS-спеціаліста, то доцільно для просування сайту та Facebook-сторінки автобази ФОП Петришин Д.І. скористатися послугами такого спеціаліста. На ці послуги автобаза ФОП Петришин Д.І. у 2021 році слід витрати 30,0 тис. грн.

Для реклами в місцевих засобах масової інформації автобазі ФОП Петришин Д.І. доцільно витрати у 2021 році 15,0 тис. грн. Це буде реклама як у місцевих газетах «Галицька Зоря» та «Фортуна», місцеве радіо «Твоє радіо» та «Франкова земля».

Для автобази ФОП Петришин Д.І. слід встановити на автотягачі GPS-трекери. Це дозволить ФОП Петришин Д.І. краще відстежувати рух та роботу водії та автотягачів, зменшити простої транспорту, знизити пробіг без вантажу автотягачів з напівпричепами. Вартість одного GPS-трекера із дистанційною зупинкою двигуна вартує в середньому 180 у.о., або 4960 грн. Вартість встановлення GPS-трекерів на всі 9 тягачів автобази ФОП Петришин Д.І. буде вартувати у 2021 році 45,0 тис. грн.

Для автобази ФОП Петришин Д.І. доцільно оновити та закупити нове обладнання для ремонту та обслуговування автотягачів та напівпричепів даного суб'єкта господарювання. Це будуть нові стенди для автобази ФОП Петришин Д.І., новий шиномонтаж для автотягачів та напівпричепів, нові інструменти тощо. Також слід провести ремонт у майстернях автобази ФОП Петришин Д.І. Для цього заходу щодо покращення системи послуг автобази ФОП Петришин Д.І. слід витратити 325,0 тис. грн. Це дозволить економити час та зменшити простої автотягачів автобази ФОП Петришин Д.І., зменшити витрати на ремонт в сторонніх організацій, збільшити кількість техніки, що буде готова виконувати замовлення для споживачів.

Для вступу автобази ФОП Петришин Д.І. в Асоціацію міжнародних автомобільних перевізників України у 2021 році слід витрати 1,0 тис. грн. Це будуть трансакційні витрати для автобази ФОП Петришин Д.І.

В цілому для автобази ФОП Петришин Д.І. для впровадження напрямів вдосконалення системи послуг вантажних перевезень у 2021 році потрібно витратити 525,0 тис. грн.

Проведемо прогнозування чистого доходу автобази ФОП Петришин Д.І. у 2021 році, застосовуючи як графічний метод, так і аналітичний метод. Для цього візьмемо дані автобази ФОП Петришин Д.І. за останні за 2018-2020 роки, та за два перші квартали 2021 року, що наведено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Вихідні дані обсягу чистого доходу автобази ФОП Петришин Д.І. за 2018-2021 роки.

№ періоду з/п	Період	Обсяги чистого доходу, тис. грн.
1	III кв. 2018 р.	2987,6
2	IV кв. 2018 р.	3146,2
3	I кв. 2019 р.	3236,0
4	II кв. 2019 р.	3145,0
5	III кв. 2019 р.	3154,7
6	IV кв. 2019 р.	3221,0
7	I кв. 2020 р.	2879,0
8	II кв. 2020 р.	2901,0
9	III кв. 2020 р.	2715,0
10	IV кв. 2020 р.	3028,0
11	I кв. 2021	2981,0
12	II кв. 2021	3011,0

Джерело: власна розробка автора

Для автобази ФОП Петришин Д.І. побудуємо за 2018-2021 роки лінію тренду для чистого доходу, що наведено на рис. 2.3. Скористаємося лінійною функцією функцію $y = ax + b$, використавши налаштування «Показувати рівняння на діаграмі» та «Помістити на діаграму рівняння величину достовірності апроксимації (R^2)». Також при побудові ліній тренду зробимо прогноз на два квартали 2021 року, що відображено на рисунку 3.3.

Для лінії тренду обсягу чистого доходу автобази ФОП Петришин Д.І. лінія тренду матиме рівняння $y = 12,55 * x + 182,4$, де $R^2 = 0,8578$, що свідчить про щільний зв'язок між величинами та достовірність лінії тренду.

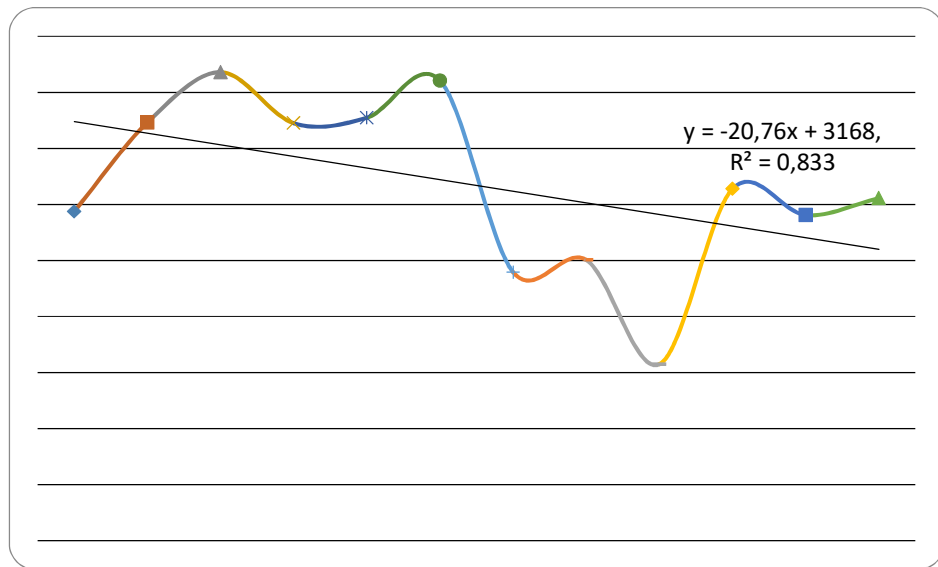


Рис. 3.3. Прогнозування лінії тренду обсягу чистого доходу автобазы ФОП
Петришин Д.І. за 2018-2021 роки

Джерело: власна розробка автора

Проведемо прогнозування чистого доходу автобазы ФОП Петришин Д.І. у I кв. 2021 року. Для цього використаємо функцію ТЕНДЕНЦІЯ у EXCEL, яка відноситься до категорії статистичних операторів. Її синтаксис виглядає наступним чином:

ТЕНДЕНЦІЯ (Відомі значення_u; відомі значення_x; нові значення_x; [конст]).

Даний оператор найбільш ефективно використовується при наявності лінійної залежності функції. Алгоритм його застосування буде такий:

1. Виділяємо для виведення результату комірку і запускаємо МАЙСТЕР ФУНКЦІЙ звичайним способом у категорії «Статистичні», знаходимо і виділяємо найменування «ТЕНДЕНЦІЯ». Тиснемо на кнопку «ОК».

2. Відкривається вікно аргументів оператора ТЕНДЕНЦІЯ. В полі «Відомі значення» заносимо координати колонки «Обсяг чистого доходу». В полі «Відомі значення x» вводимо адресу стовпця «Період». В поле «Нові значення x» заносимо посилання на комірку, де знаходиться номер кварталу (періоду), на який потрібно

зробити прогноз. У нашому випадку це I кв. 2021 року. Поле «Константа» залишаємо порожнім. Клацаємо по кнопці «ОК» (див. рис. 3.4).

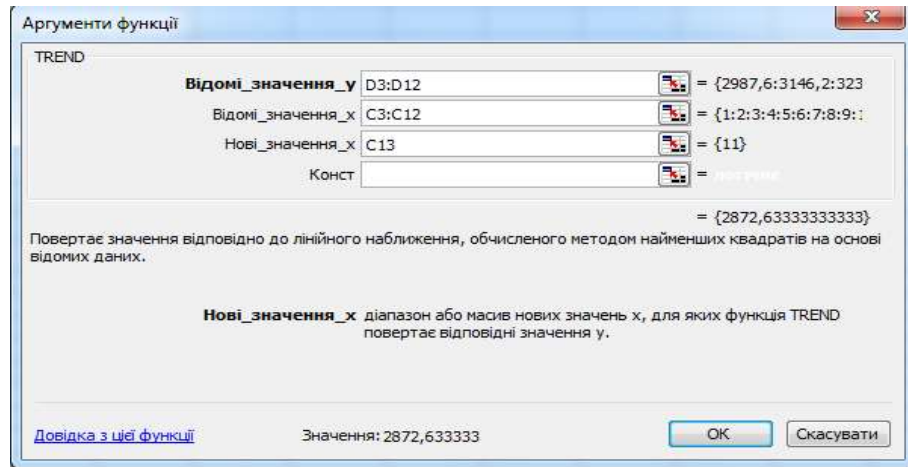


Рис. 3.4. Графічне зображення пошуку прогнозованого значення чистого доходу для автобази ФОП Петришин Д.І. за допомогою оператора ТЕНДЕНЦІЯ
Джерело: власна розробка автора

3. Оператор обробляє дані та виводить результат на екран. Як бачимо сума прогнозованого чистого доходу автобази ФОП Петришин Д.І. яка розрахована методом лінійної залежності, на I кв. 2021 року становить 2872,63 тис. грн. Дані наведенні в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Прогнозоване значення обсягу чистого доходу автобази ФОП Петришин Д.І. у I кв. 2021 року

№ періоду з/п	Період	Обсяги чистого доходу, тис. грн.
1	III кв. 2018 р.	2987,6
2	IV кв. 2018 р.	3146,2
3	I кв. 2019 р.	3236,0
4	II кв. 2019 р.	3145,0
5	III кв. 2019 р.	3154,7
6	IV кв. 2019 р.	3221,0
7	I кв. 2020 р.	2879,0
8	II кв. 2020 р.	2901,0

9	III кв. 2020 р.	2715,0
10	IV кв. 2020 р.	3028,0
11	I кв. 2021	2872,63

Джерело: власна розробка автора

Отже, як можна простежити з таблиці 3.4, що очікувана величина чистого доходу автобазы ФОП Петришин Д.І. у I кв. 2021 року складе 2872,63 тис. грн., що було обчислено використовуючи допомогу оператора ТЕНДЕНЦІЯ.

Для того, щоб пересвідчитись, що розробленні напрямки вдосконалення системи послуг ФОП Петришин Д.І. доцільно впроваджувати у 2021 році, спершу слід провести прогнозування економічних результатів автобазы ФОП Петришин Д.І. Прогнозовані дані представлено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Прогнозовані економічні результати від впровадження напрямків вдосконалення системи послуг автобазы ФОП Петришин Д.І., 2021 р.

№ п/п	Показники	Значення показника у 2020 р.	Прогнозоване значення показника у 2021 р.	Зміна показника у результаті впровадження проектних заходів	
				абсолютне відхилення, тис. грн.	відносне відхилення, тис. грн.
1	Валовий дохід від підприємницької діяльності, тис. грн.	13827,4	16000,0	+2172,6	+15,71
2	Податок на додану вартість, тис. грн.	2304,4	2666,7	+362,3	+15,72
3	Чистий дохід від підприємницької діяльності, тис. грн.	11523,0	13333,3	+1810,3	+15,71
4	Загальні витрати підприємницької діяльності, тис. грн.	9114,6	10000,0	+885,4	+9,71
5	ЄСВ ФОП, тис. грн.	12,71	15,84	+3,1	+24,63

6	Чистий прибуток до оподаткування, тис. грн.	2395,7	3317,46	+921,8	+38,48
7	Податок з доходу фізичних осіб (18,0 %), тис. грн.	431,2	597,1	+165,9	+38,47
8	Військовий збір (1,5 %), тис. грн.	35,9	49,7	+13,8	+38,44
9	Чистий прибуток після оподаткування, тис. грн.	1928,5	2670,66	+742,2	+38,48

Джерело: власна розробка автора

Отже, як можна побачити з табл. 3.5, що впровадження напрямків вдосконалення системи послуг автобази ФОП Петришин Д.І. у 2021 р. покращуються всі економічні результати даного суб'єкта господарювання. Валовий дохід від вантажних перевезень автобазою ФОП Петришин Д.І. у 2021 році піде на збільшення та перевищить показники 2019-2020 років. Валовий дохід автобази ФОП Петришин Д.І. становитиме 16000,0 тис. грн., що буде на 2172,6 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 15,71 %. Відповідно зросте податок на додану вартість, що сплатить автобаза ФОП Петришин Д.І., від 2304,4 тис. грн. у 2020 році до 2666,7 тис. грн. у 2021 році, що буде на 362,3 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 15,72 %.

Чистий дохід від вантажних перевезень автобази ФОП Петришин Д.І. збільшиться із 11523,0 тис. грн. у 2020 році до 13333,3 тис. грн. у 2021 році, що буде на 1810,3 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 15,71 %.

Загальні витрати від перевезення вантажів автобази ФОП Петришин Д.І. збільшиться із 9114,6 тис. грн. у 2020 році до 10000,0 тис. грн. у 2021 році, що буде на 885,4 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 9,71 %.

Єдиного соціального внеску ФОП Петришин Д.І. сплатить в обсязі 15,84 тис. грн., або по 1,32 тис. грн. щомісяця, що буде на 3,1 тис. більше, ніж у 2020 році, або на 24,63 %.

Чистий прибуток до оподаткування автобазы ФОП Петришин Д.І. збільшиться із 2395,7 тис. грн. у 2020 році до 3317,46 тис. грн. у 2021 році, що буде на 921,8 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 38,48 %.

Обсяги податку з доходу фізичних осіб (18,0 %) автобазы ФОП Петришин Д.І. збільшаться із 431,2 тис. грн. у 2020 році до 597,1 тис. грн. у 2021 році, що буде на 165,9 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 38,47 %.

Обсяги військового збору (1,5 %) автобазы ФОП Петришин Д.І. збільшаться із 35,9 тис. грн. у 2020 році до 49,7 тис. грн. у 2021 році, що буде на 13,8 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 38,44 %.

Чистий прибуток після оподаткування автобазы ФОП Петришин Д.І. збільшиться із 1928,5 тис. грн. у 2020 році до 2670,66 тис. грн. у 2021 році, що буде на 742,2 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 38,48 %.

Отже, можна зробити висновок, що автобаза ФОП Петришин Д.І. у 2021 році покращить свою діяльність від впровадження напрямків вдосконалення системи послуг даного суб'єкта господарювання.

Висновки до третього розділу

1. Найбільшою проблемою автобази ФОП Петришин Д.І. є значна конкуренція на ринку автомобільних вантажних перевезень, що представлена великою кількістю великих операторів автомобільних вантажних перевезень, великою кількістю приватних перевізників. Часто ці конкуренти демпінгують вартість перевезень, що є суттєвою проблемою. Для автобази ФОП Петришин Д.І. слід якісно надавати послуги вантажних перевезень, тобто вчасно здійснювати доставку вантажів. Як спосіб захисту від конкуренції для автобази ФОП Петришин Д.І. буде заключення договорів з постійними замовниками, великими компаніями, логістичними операторами на регулярні перевезення на кілька років вперед. Це забезпечить роботою автобазу ФОП Петришин Д.І. на майбутнє;

2. Пандемія COVID-19 та карантин в Україні та Європі негативно вплинула на економіку, зокрема багато промислових та виробничих підприємств призупинили діяльність. Відповідно ФОП Петришин Д.І. втратила частину замовлень, які не відбулися, та змушена також провести деякий час в очікуванні. На жаль, автобаза ФОП Петришин Д.І., як інші транспортні підприємства, на цю проблеми впливу немає;

3. «Левову» частку витрат у сфері автомобільних вантажних перевезень мають витрати на дизельне паливо та автомобільні запчастини. Вартість дизельного пального впливає та собівартість та вартість 1 км вантажних перевезень. Автобаза ФОП Петришин Д.І. не може впливати на вартість дизпалива, але може для уникнення ризиків заключати договори з тими операторами та АЗС, які пропонують найвигіднішу ціну та якість дизпалива. Також автобазі ФОП Петришин Д.І. слід переглянути контингент постачальників автозапчастин з позиції «ціна-якість».

4. Автобаза ФОП Петришин Д.І. немає власного сайту, сторінок в соціальних мереж. Для автобази ФОП Петришин Д.І. слід розробити власний сайт, де б

замовники послуг могли б моніторити статус та місцезнаходження вантажу. Крім того потрібно розмістити інформацію про автобазу ФОП Петришин Д.І. розмістити на спеціалізованих сайтах, щоб потенційні замовники могли легше знайти інформацію про компанію та послуги. Доцільно для автобазу ФОП Петришин Д.І. створити бізнес-сторінку в соціальній мережі Facebook;

5. Брак та дефіцит автомобільних запчастин для автобазу ФОП Петришин Д.І. є ще однією проблемою У випадку поломки автотягачів та відсутністю на базі потрібних деталей та запчастин автобаза не може здійснювати вантажні перевезення. Слюсарям-механікам ФОП Петришин Д.І. слід моніторити стан автотягачів та напівпричепів, сформувавши список найбільш затребуваних та часто вживаних запчастин (шини, мастило, втулки, сальники, підшипники). Автобазі ФОП Петришин Д.І. слід переглянути контингент постачальників (відмовитись від недобросовісних постачальників), заключити договори з новими постачальниками;

6. Автотягачі автобазу ФОП Петришин Д.І. не обладнанні приладами супутникового моніторингу, що є проблемою для кращого використання транспортних засобів. На кожному автотягачі слід встановити супутникову систему моніторингу транспорту (GNSS - Global Navigation Satellite System) – GPS-трекер, що дозволить зменшити пробіг автотягачів без вантажу та максимально використовувати їх виробничу потужність. Це дозволить спостерігати за автотягачами автобазу ФОП Петришин Д.І., коли ті перебувають за межами України.

7. Для підвищення ефективності системи послуг автобазу ФОП Петришин Д.І. слід розміщувати інформацію про діяльність суб'єкта автомобільних вантажних перевезень в Інтернеті, соціальних мережах та спеціальних інформаційних ресурсах.

ВИСНОВКИ

Провівши дослідження у бакалаврській кваліфікаційній роботі на тему «Аналізування системи послуг ФОП Петришин Д.І.», можна зробити такі висновки.

1. Фізична особа підприємець Петришин Дмитро Іванович (далі ФОП Петришин Д.І.) здійснює свою комерційну діяльність у сфері автомобільних вантажних перевезень. Основними видами господарської діяльності ФОП Петришин Д.І. є такі види КВЕД: 49.41 Вантажний автомобільний транспорт, що включає в себе всі види перевезень вантажним автомобільним транспортом; 52.29 Інша допоміжна діяльність у сфері транспорту.

2. Майно автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2020 році склало 7650,0 тис. грн., що було на 360,0 тис. грн. менше, або на 4,33 %, ніж попереднього року. Основні засоби автобазы ФОП Петришин Д.І. 7520,0 тис. грн., або 94,59 % всього майна, що було на 310,0 тис. грн. менше, ніж у 2019 році, або на 3,96 %. Оборотні засоби автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2020 році склали 430,0 тис. грн., або 5,41 % всього майна, що було на 50,0 тис. грн. менше, ніж у 2019 році, або на 10,42 %. Власний капітал автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2020 році склав 7700,0 тис. грн., або 96,86 % всіх джерел утворення майна, що було на 270,0 тис. грн. менше, ніж у 2019 році, або на 3,39 %. Поточні та довгострокові зобов'язання автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2020 році склали 250,0 тис. грн., що складало 3,14 % всіх джерел утворення майна, що було на 90,0 тис. грн. менше, або на 26,47 %, ніж попереднього року.

3. У 2020 році автобаза ФОП Петришин Д.І. отримала чистого доходу вантажних перевезень в обсязі 11523,0 тис. грн., що було на 1233,7 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 9,67 %. Сумарні загальні витрати автобазы ФОП Петришин Д.І. у 2020 р. становили 9114,6 тис. грн., що було на 1009,2 тис. грн. менше, або на 9,97 %. Чистого прибутку автобаза ФОП Петришин Д.І. отримала у 2020 році 1928,5 тис. грн., що було на 182,1 тис. грн. менше, ніж попереднього року, або на 8,63 %.

4. Автобаза ФОП Петришин Д.І. за роки діяльності сформувала великий контингент споживачі. Серед постійних замовників є такі відомі місцеві компанії, підприємства та суб'єкти господарювання. Найбільшим замовником вантажних перевезень автобазу ФОП Петришин Д.І. було ТОВ «ЕКОЛЬ ЛОГІСТІК», що у 2020 році оплатило 1866,7 тис. грн. за вантажні перевезення, або 13,5 % всіх замовлень. Це було на 152,2 тис. грн. більше, ніж попереднього року, або на 8,88 %. Автобаза ФОП Петришин Д.І. у 2020 році надала послуг вантажних перевезень ТОВ «ТРИВІТА» на суму 1078,5 тис. грн, або 7,8 % всіх замовлень; ПП «Транслайнер» на суму 940,3 тис. грн., або 6,8 % всіх замовлень; ДП «ФМ Ложістик Дніпро» на суму 1230,6 тис. грн., або 8,9 % всіх замовлень; ПП «Боровик» на суму 1064,7 тис. грн., або 7,7 % всіх замовлень.

5. У 2020 році середня вартість 1 км перевезення вантажу автобазою ФОП Петришин Д.І. збільшилася до 20,95 грн., що було на 0,38 грн. більше, ніж у 2019 році, або на 1,85 %. У 2020 році собівартість 1 км перевезення вантажу автобазою ФОП Петришин Д.І. становила 13,81 грн., що було на 0,2 грн. більше, ніж минулого року, або на 1,47 %. У 2020 році автопробіг 1 автотягача з напівпричепом без вантажу автобазу ФОП Петришин Д.І. знизився до 24444 км в рік, що було на 3111 км менше, ніж попереднього року, або на 11,29 %. У 2020 році автопробіг 1 автотягача з напівпричепом з вантажем автобазу ФОП Петришин Д.І. знизився до 733333 км в рік, що було на 9333 км менше, ніж у 2019 році, або на 11,29 %, що зумовлено зменшенням обсягів вантажних перевезень.

6. У 2020 році коефіцієнт зносу транспортних засобів автобазу Петришин Д.І. скоротився до 0,062. Відповідно коефіцієнт придатності транспортних засобів автобазу Петришин Д.І. зріс до 0,938 у 2020 році, що на 0,006 році більше, ніж попереднього року. У 2020 році фондвіддача транспортних засобів автобазу Петришин Д.І. скоротилася до 1,985, або на 0,163 пункти, оскільки зменшились обсяги перевезення вантажів. Фондомісткість транспортних засобів автобазу

Петришин Д.І. у 2020 році зросла до 0,504, або на 0,108 пунктів, що є негативним явищем.

7. В процесі здійснення автомобільних вантажних перевезень автобаза ФОП Петришин Д.І. у 2019-2020 роки зіштовхувалася з такими проблемами як Значна конкуренція на ринку автомобільних вантажних перевезень, Пандемія COVID-19 та карантин в Україні та Європі, Значні витрати на дизельне паливо та автомобільні запчастини, Відсутність власного сайту автобази, відсутність в соціальних мережах та інших інформаційних ресурсах, Брак та дефіцит автомобільних запчастин, Відсутність супутникового моніторингу транспорту

8. Для автобази ФОП Петришин Д.І. для вдосконалення системи послуг: розробити оптимальний маршрут перевезення вантажів; знижувати витрати; створити інтернет-сторінку та сторінки в соціальних мережах, продати активну рекламну кампанію; розширити контингент споживачів; оновити та збільшити кількість автотягачів; використовувати ІТ-технології на автотягачах; вступити в Асоціацію міжнародних автомобільних перевізників України.

9. Для автобази ФОП Петришин Д.І. у 2021 р. прогнозується зростання основних показників підприємницької діяльності, зокрема валовий дохід зросте до 16000,0 тис. грн. Чистий дохід автобази ФОП Петришин Д.І. у 2021 р. становитиме 13333,3 тис. грн. Загальні витрати автобази ФОП Петришин Д.І. у 2021 р. становитимуть 10000,0 тис. грн. Чистий прибуток після оподаткування автобази ФОП Петришин Д.І. у 2021 році становитиме 2670,66 тис. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Amer.Ekon. 1992 / Vol / # 4, 720 p.
2. Андрущенко В.Л. Фінансова думка Заходу в ХХ столітті: (Теоретична концептуалізація і наукова проблематика державних фінансів). - Львів: Каменярь, 2020. - 303 с.
3. Бергер П.Л. Капіталістична революція: Пятдесят пропозицій щодо процвітання, рівності і свободи: (Монографія) /Пер з англ. К.: Вища шк., 1995. - 247 с.
4. Берталанфи Л. фон. Общая теория систем: Критический обзор. Исследования по общей теории систем / Сб. переводов. — М., 1969. — 274 с.
5. Бурлацкий Ф. Новое мышление. – М., 1989. – 178 с.
6. Біла С. Державне регулювання галузевої структури економіки України / Економіка України - 2021. - №5. - С. 30-39.
7. Бреев Б., В.Галецкий. Развитие сферы услуг и экономический рост (материалы к лекциям и семинарам). - Российский экономический журнал. - № 10. - 2020 г. с. 53-59.
8. Бюллетень НБУ. - 2021. - № 1. – 162 с.
9. Гаврилюк О.В. Послуги в контексті економічного зростання. – Фінанси України. - 2020. - № 4. - с. 71-79.
10. Гегель Г. // Соч. Т. 8, М.-Л. - 1935. – 315 с.
11. Герасимчук Ю.О. Деякі питання вдосконалення фондового ринку в Україні // Фінанси України. – 1998. - № 2. – С. 12-19.
12. Гладких Д. Державне регулювання економіки за допомогою ціноутворюючих факторів / Економіка України. – 2021. - № 1., - с. 47-52.
13. Доллан Э.Дж., Линдсей Д. .Микроэкономика / Пер. с англ. В.Лукашевича и др.; Под общ. Ред. Б.Лисовика и В.Лукашевича. С.-Пб., 1994. - 448 с.

14. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. - 3-тє видання., виправ. та допов. - К.: Т-во «Знання», КОО, 2020. - 365 с.
15. Задоя А.А., Петруня Ю.Е. Основы экономики: Учеб. пособие. – К.: Вища шк.-Знання, 1998. – 271 с.
16. Закон України “Про підприємництво” // Галицькі контракти. – 1996. - № 42. – С. 28-32.
17. Закон України “Про приватизацію державного майна” // Відомості Верховної Ради. – 1992. - № 24. –349 с.
18. Зинин В.М., Зайцев Л.М. Ресурсный потенциал сферы культуры. - М., 1989. 315 с.
19. Ивашковский С.Н. Экономика: микро- та макроанализ. Учебно-практическое пособие. - М.: Дело, 2019. - 360 с.
20. Известия АН СРСР. Серия экономическая. - 1986. - № 5.
21. Илларионов А.Б. Секреты китайского экономического чуда // Вопросы экономики. - 1991. - № 9. - С. 55-67.
22. Камушкина Л.В., Шохіна Т.В. Питання перебудови господарського механізму в установах клубного типу // Вісник АН СРСР. Серія економічна. - 1988. - № 6. С. 65-77
23. Castelle M. The Rise of the Networe Society. Malden (Ma).- Oxford Blaskl well. Publishers, 1996. P.378
24. Квартальні передбачення // Міжнародний центр перспективних досліджень. - 2020. - № 13. - 100 с.
25. Квартальні передбачення // Міжнародний центр перспективних досліджень. - 2021. - № 14. - 108 с.
26. Кваснюк Б. Національні заощадження України // Фінанси України. - 1997. - № 11. - С. 5-18.
27. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1978. - 494 с.

28. Кларк Clark С. The conditions of economic progress. - London, 1940. - p. 81.
29. Коропецький І.С. Дещо про недавнє минуле та сучасне української економіки. - К.: Либідь, 1995. - 225 с.
30. Конрад Ю., Луніна І. Податкова політика в Україні: підходи і перспективи // Економіка України. - 1996. - № 11.
31. Костецькі М. Становлення сервісної економіки // Проблеми теорії і практики управління. – 1995. - № 1.
32. Котлер Ф., Юоуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Госчтеприимство и туризм: Учебник для вузов / Пер. с англ. Под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998. - 787 с.
33. Кривенко К.Т. Рентабельность в механизме социалистического воспроизводства: (Полит.-экон. анализ).-К.: Изд-во «Лыбидь» при Киев. Ун-те, 1990. 364 с.
34. Кузьминчук Н.В. Инвестиционная составляющая рынка услуг в условиях нестабильной экономики. - В кн.: Проблеми активізації регіональної інвестиційної політики в сучасних умовах // Економічний вісник Дніпропетровського державного фінансово-економічного інституту., т.2. - Дніпропетровськ: ДДФЕІ, 2020. - С. 15-16.
35. Кун Т. Структура научных революций. М.: Прогресс, 1975. –281 с.
36. Куценко В.И. Сфера услуг: новые подходы. - Киев, Политиздат Украины, 1989.-174 с.
37. Ланкастер К. Перемены и новаторство в технологии потребления / Теория потребительского поведения и спроса – СПб.: Экономическая школа, 1994 г. 458 с.
38. Ляхова О. Участь українських банків у лізинговому бізнесі. – Вісник національного банку України. - № 6. - 2021 р. - с.44-46.
39. Макконнелл К., Брю С. Экономикс. Т. 1. - М.: Республика, 1992. – 685с
40. Маркс К. и Энгельс Ф. // Соч., - М.: Госполитиздат, 1955.

41. Наука на пороге рынка / Под. ред. С.Ю.Глазьева. - М.: Экономика, 1992. -235 с.
42. Науменкова С. Ринок фінансових послуг: основні тенденції розвитку. – Вісник НБУ. - Січень, 2020. - с. 36-44.
43. Новая постиндустриальная волна “на Западе”. Антология. Под ред. В.Иноземцева. – М.: “Академия”, 2019. - 324 с.
44. Новиков В.Н. Совершенствование экономического механизма в непроизводственной сфере: (Вопр. теории и практики) / АН УССР, Ин-т экономики. - Киев: Наук. думка, 1986. - 195 с.
45. Маршалл А. Принципы экономической науки. Пер. с англ. - М.: Издательская группа «Прогресс», 1993. - т. 1. - 275 с.
46. Матвеева В. Бытовое обслуживание населения. - Х.: Фактор, 2020. - 342 С.
47. Мельянцев В. Информационная революция – феномен “новой экономики” // Мировая экономика и мировые отношения. - 2021. - № 2. - С. 3-10.
48. Менгер К. Основания политической экономии. - Одесса. - 1903. – 217с.
49. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. - М.: «Дело», 1992. - 370 с..
50. Пороховский А.А. Американское лидерство на рубеже третьего тысячелетия: рыночный аспект // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. - 1998. № 5. - с. 3-12.
51. Про Програму реформування державної статистики на період до 2002 року: Постанова Кабінету Міністрів України № 971 від 27 червня 1998 року. – К., 1998.
52. Redor D. Wage Inequalities in East and West/ - Camb., 1992. – с. 98.
53. Рубе В.А. Малый бизнес: история, теория, практика. - М.: ТЕИС, 2020. - 312. с.
54. Рынок научной продукции. Рынок научного труда: Материалы семинара / Науч.ред. Б.И.Волостнов и др. - М.: Знание, 1991. - 194 с.
55. Samuelson P., Nordhaus W. Economics. — P. 609.

56. Самуельсон П. Економіка: Підручник. - Львів.: Світ, 1993. – 624 с.
57. Самуельсон Пол А., Нордхаус Вильям Д.. Экономика: Пер. с англ. - М.: “Бином”, “Лаборатория Базовых Знаний”, 1997. - 800 с.
58. Самуельсон Пол А., Нордхаус Вильям Д. Экономика. Пер. с англ. - М.: Изд-во «Дело», 1996. - 821с..
59. Сапрунова В. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.: «Ось-80», 1997, 203 с.
60. Седлак Микулаш. Тенденции развития секторальной структуры экономики // Проблемы теории и практики управления. - 1998. - № 4. С. 30-34.
61. Сементковский Р.И. Денис Дидро. - СПб, 1896. – 117 с.
62. Сергієнко І., Мар’янович Т. Горбачук В. Міжнародні аспекти кредитно-податкової політики України / Економіка України. - 2021. - № 2. С. 13-19.
63. Сков Нильс А. Финансы и управление. - Варшава: ПРЕТ. - 274 с.
64. Співак Л.С. Методологічні проблеми дослідження сфери послуг в умовах трансформації економіки України // Теорії мікро-макроекономіки. Збірник наукових праць. – К., 2019. – С. 62-67.
65. Співак Л.С. Структуризація ринку послуг в перехідній економіці // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. – Вип.5 / Відп.ред. О.П.Степанов.- К.: КНЕУ, 2021. – С. 148-153.
66. Співак Л.С. Суперечливість фінансового забезпечення розвитку сфери послуг // Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки / Економічні науки. - 2021. - № 4. - С. 372-373.
67. Співак Л.С., Терещенко А.Н. Державне регулювання фондового ринку та послуг // Економічна теорія: сучасна парадигма та її еволюція на порозі ХХІ століття: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 1-2 березня 2020 р.- К.: КДТЕУ, 2020, ч. 2. - С. 152-154.
68. Статистичний щорічник України за 2019 рік. / Держкомстат України; За ред. О.Г.Осауленко; Відп. за вип. В.А.Головко. - К.: Техніка, 2020. - 512. с.

69. Статистичний щорічник України за 2020 рік. – Державний комітет статистики України, 2021. – 598 с.
70. Стігліц Дж.Е. Економіка державного сектора. / Пер. з англ. А.Олійник, Р.Скільський.- К.: Основи, 1998. - 854 с.
71. Стоимость отдельных видов платных услуг, полученных населением в 1989 г.: Сборник материалов единовременного выборочного обследования 90 тыс. семей рабочих, служащих, колхозников и пенсионеров в 1989 г. (информационно-издательский центр Госкомстата СССР. – М., 1991. - 109 с.
72. Строе Е. Экономические реформы в России: взгляд в будущее. - Вопросы экономики, 2021 г. - № 6. с. 5 - 12.
73. Сфера услуг в США: новые явления и структурные сдвиги. Отв. ред. В.М. Усоскин, Л.С. Демидова. - М.: Наука, 1985. - 304 с.
74. Toffler A. The Third Ware.- N.Y., 1980, p. 230.
75. Трансформація моделі економіки України / Під ред. акад. НАН України В.М. Геєця. - К.: Логос, 2019. - 499 с.
76. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность.- М.: Новости, 1992. - 356 с.
77. Хансен Е. Экономические циклы и национальный доход. М.: Изд-во иностранной литературы, 1959. - 760 с.
78. Харфизов Р.Х. Критика теорий государственного регулирования капиталистической экономики. М.: Изд-во Института международных отношений, 1961.- 168 с.
79. Хахлюк А. Україна – транзитна держава. / Економіка України, 2021р., № 1, С. 27-34.
80. Цибух В.І. Фінансово-економічні важелі розвитку туризму в Україні. - Україна на порозі ХХІ століття: уроки реформи та стратегія розвитку. Матеріали наукової конференції. – Київ: НТУУ КПУ, 2021. – 340 с.
81. Челенков А. “Маркетинг послуг: макросередовище індустрії сервісу” / Маркетинг. - 1997. - № 8. – 216 с.

82. Чуб В.Ф. Судак В.С. Нова класифікація продукції та послуг як фактор інтеграції України в міжнародний економічний простір // Укр. Інвест.

ДОДАТКИ