

УДК 338.46:[616.98-036.21:578.834]](477)

JEL classification: O14, O17

Богдана ГУНЬКО

*Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана, Україна*
E-mail: daniyaandronik@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-2575-2052

Анастасія ГОНЧАРОВА

*кандидат економічних наук, доцент,
кафедра європейської економіки і бізнесу,
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана, Україна*
E-mail: goncharova.a.o@gmail.com

© Богдана Гунько, Анастасія Гончарова, 2021

Отримано: 03.02.2021 р.
Прорецензовано: 16.02.2021 р.
Рекомендовано до друку: 24.02.2021 р.
Опубліковано: 24.02.2021 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Богдана Гунько (Україна)
Анастасія Гончарова (Україна)

АДАПТАЦІЯ СФЕРИ ПОСЛУГ УКРАЇНИ ДО НОВИХ УМОВ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

АНОТАЦІЯ

Вступ. Вплив пандемія Covid-19 на світову економіку важко оцінити в повній мірі, але зміни, які відбуваються в різних галузях та сферах бізнесу неможливо ігнорувати. Однією з найбільш постраждалих галузей економіки є сфера послуг, тенденція до спаду в цій галузі простежується від початку карантинних обмежень переважно в усіх країнах світу. Україна – не виключення. Очевидно, що в сфері послуг шанс на існування має лише той, хто зміг адаптуватися до дистанційної форми роботи, але, звісно, кожна сфера економічної діяльності зазнала незворотних змін. Тому об'єктом дослідження є сфера послуг України, а предметом – тенденції, проблеми та перспективи трансформації сфери послуг України внаслідок впливу пандемії Covid-19.

Мета. Метою статті є пошук нових креативних та інноваційних рішень для переходу сфери послуг в дистанційний режим роботи та формування порад для бізнесу в сфері послуг за для мінімізації збитків під час та після карантинних обмежень.

Метод (методологія). Для дослідження даної теми були використані як теоретичні так і практичні методи дослідження. Зокрема, на першому етапі був використаний метод збір інформації з періодичних видань та інших достовірних джерел. На другому етапі – аналіз, синтез та контент-аналіз, він допомагає дати інтерпретацію змісту інформації через кількісні показники. Далі – це формування особистої позиції та рекомендації на основі проаналізованих даних.

Результати. Ключовими результатами даного дослідження є формування потенційних загроз з креативними рішеннями до них, що сформовані на основі досвіду країн лідерів та проаналізованої інформації. Також важливе значення має сформовані рекомендації для компаній та уряду країни для полегшення виходу сфери послуг з кризової ситуації.

Гунько Б., Гончарова А. Адаптація сфери послуг України до нових умов функціонування світової економіки. *Економічний аналіз*. 2021. Том 31. № 1. С. 90-96.

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2021.01.090>

Ключові слова: сфера послуг; економічна нестабільність; пандемія; сфера громадського харчування; туризм; торгово-розважальний комплекс; освіта; індустрія краси

UDC 338.46:[616.98-
036.21:578.834]](477)

JEL classification: O14, O17

Bohdana HUNKO

*Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman, Ukraine*
E-mail: daniyaandronik@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-2575-2052

Anastasiia HONCHAROVA

*PhD in Economics,
Associate Professor,
Department of European Economy and Business,
Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman, Ukraine*
E-mail: goncharova.a.o@gmail.com

© Bohdana Hunko, Anastasiia Honcharova, 2021

Received: 03.02.2021

Revised: 16.02.2021

Accepted: 24.02.2021

Online publication date: 24.02.2021



This is an Open Access article, distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 license, which permits unrestricted re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Bohdana Hunko (Ukraine)
Anastasiia Honcharova (Ukraine)

ADAPTATION OF THE SPHERE OF SERVICES OF UKRAINE TO NEW CONDITIONS FOR THE FUNCTIONING OF THE WORLD ECONOMY

ABSTRACT

Introduction. The influence of the COVID-19 pandemic on the global economy is difficult to assess fully, but the changes that are taking place in various industries and business areas can not be ignored. One of the most affected sectors of the economy is the service sector. The decline trend in this area is traced from the beginning of quarantine restrictions mainly in all countries of the world. Ukraine is not an exception. Obviously, the service sector needs to be adapted to a distance form of work, but, of course, each scope of economic activity has undergone irreversible changes. Therefore, the object of research is the scope of services of Ukraine, and the subject – trends, problems and prospects for transforming the sphere of services of Ukraine as a result of the influence of the COVID-19 pandemic.

Purpose. The purpose of the article is to find new creative and innovative solutions for the transition of services in distance working in order to minimize losses during and after quarantine restrictions.

Method (methodology). To study this topic, both theoretical and practical research methods were used. In particular, in the first stage, the method has been used to collect information on periodicals and other reliable sources. In the second stage – analysis, synthesis and content analysis, it helps to interpret the content of information through quantitative indicators. Further is the formation of a personal position and recommendations based on analyzed data.

Results. The key results of this study are the outlining of potential threats with creative decisions to them, based on the experience of leading countries and analyzed information. The recommendations for companies and the Government to facilitate the release of the scope of services from the crisis situation were suggested.

Hunko, B., & Honcharova, A. (2021). Adaptation of the sphere of services of Ukraine to new conditions for the functioning of the world economy. *Economic analysis*, 31 (1), 90-96.

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2021.01.090>

Keywords: service sector; economic instability; pandemic; catering sphere; tourism; shopping and entertainment complex; education; beauty industry

Вступ

Сучасний розвиток світової економіки в умовах глобальної економічної нестабільності вимагає переходу на нові принципи функціонування сфери послуг. Обмежувальні заходи у зв'язку з пандемією COVID-19 діють у 158 країнах світу. Під час карантин була закрита більшість магазинів, салонів краси, спортивних залів та інших закладів з надання послуг клієнтам. Лише аптеки, продуктові лавки, лікарні та інші заклади стратегічного значення лишились відкритими. Оскільки сфера послуг складає в економічно розвинутих країнах основну частину економіки (більше 50%), то якщо поглянути з боку торгівлі – на підприємців чекають значні збитки, а, можливо, згодом і зовсім закриття бізнесу. Відповідно до цього всім сферам бізнесу, які мають можливість переформатувати, і адаптувати діяльність з урахуванням правил карантину, для дотримання мінімального контакту населення – необхідно це зробити. Тому надзвичайно актуальним питанням сучасності є пошук інноваційних напрямів трансформування сфери послуг до нових умов. Саме це обумовило необхідність проведення даного дослідження.

Протягом тривалого часу сфера послуг в Україні не мала достатнього вивчення, оскільки домінувала думка про те, що економічний ріст країни забезпечується виключно матеріальним виробництвом. Проте з переходом до умов ринкової економіки дослідження в цій сфері набуває все більшої актуальності. У науковій літературі темі сфери послуг багату увагу приділяли такі відомі економісти, як Ф. Бастіа, А. Сміт, Ж.-Б. Сей, К. Маркс, А. Маршалл та інших. Окремі питання розвитку сфери послуг та її адаптації в умовах кризи висвітлені в працях В. Апопій, 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 інші [1]. Незважаючи на вагомий внесок цих науковців, дане питання потребує узагальнень та доповнень для чіткого розуміння всіх перспектив та шляхів інноваційної адаптації сфери послуг до умов, що диктує реальність.

Мета та завдання статті

Мета даного дослідження полягає у визначенні перспективних напрямів адаптації до нових умов функціонування міжнародної економіки, зокрема в торгівлі та інноваційного розвитку сфери послуг України.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сфера послуг посідає ключове місце в економіці України, та за різними підрахунками становила 23% від ВВП, 33% зайнятості населення та 17% податкових надходжень у 2019 році. Проте ситуація, яка склалася внаслідок пандемії Covid-19, та ті обмеження, які вона з собою принесла, не могли не вплинути на поточну ситуацію в сфері послуг. Серед основних загроз можна виділити:

- втрата бізнесу;
- втрата клієнтської аудиторії;
- тривалий період відновлення бізнесу внаслідок втрати доходів у споживача;
- руйнування міждержавних комерційних відносин на попередньому прибутковому рівні та гальмування нарощування нових зв'язків [1].

Для детального аналізу змін внаслідок обмежувальних заходів розглянемо рисунок 1. Як видно з рисунку, % скорочення доданої вартості станом на 2021 рік за різними видами сфери послуг варіюється від 5% до 82%, де відповідно найбільш постраждала сфера громадського харчування та розважально-культурна сфера. Відповідно скоротилась кількість вакантних місць роботи в сфері послуг.

Отже, ключовим викликом для сфери послуг є ефективне пристосування до умов сьогодення, тому й так важливо сформулювати шляхи адаптації сфери послуг до умов пандемії. Відповідно для цього дослідження було обрано п'ять ключових сфер послуг України, на роботу яких має значний вплив обмежувальні карантинні заходи і що, відповідно, найбільше постраждали:

- розважально-культурна сфера – робота кінотеатрів, виставок, спорт залів повністю або частково припинена;
- туризм – тривалий простій транспорту, втрата роботи працівників та перспективи банкрутства більшості авіакомпаній у світі.
- сфера громадського харчування – введення безпосереднього обмеження на роботу цієї сфери, можлива робота лише шляхом доставки клієнтам;
- індустрія краси – падіння рівня відвідувачів понад на 50%;
- освіта – перехід на дистанційне навчання.

Питання вже не в тому, щоб заробити стільки ж скільки до введення карантинних заходів, а в тому, як мінімізувати свої «карантинні» збитки. Далі розглянемо детальніше кожну сферу та можливі шляхи адаптації до нових умов.

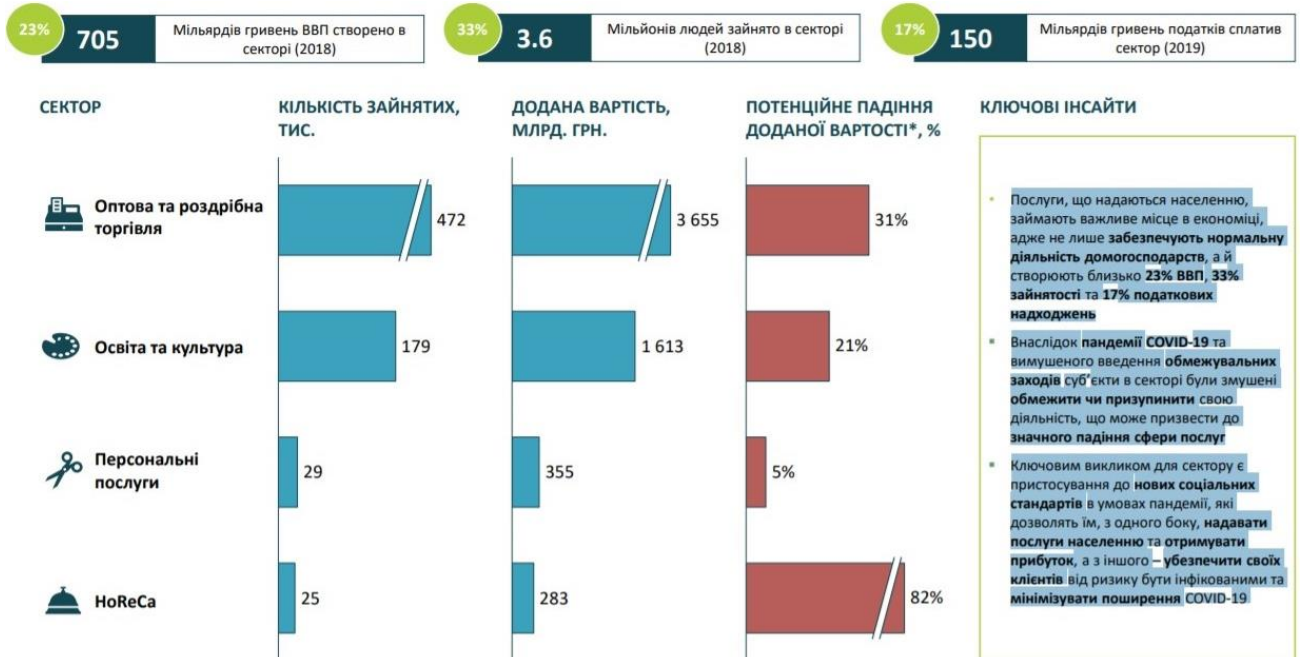


Рис. 1. Стан сфери послуг в Україні у 2019-2021 роках [2]

Розважально-культурна сфера. Спорт зали, кінотеатри, торгові центри, виставки, концерти та інше – безпосередньо з початку карантинних обмежень в березні 2020 року, з поперемінним послабленням та навпаки помітно відчули збитки, які вже за підрахунками оцінюються в понад 300 млн. грн. А це ще не кінець. Відвідуваність має негативний спад, відповідно прибутки мінімальні, а витрати на утримання лише ростуть. Серед можливих рішень слід виділити: створення віртуальних кіно-залів та театрів, куди бажаючі зможуть потрапити за посиланням, онлайн йога/фітнес і т.д. з персональним тренером, онлайн візити музеїв та виставок, де за плату, ти зможеш насолодитися витворами мистецтва (наприклад онлайн портал WOMO), онлайн концерти (Тіна Кароль та Дан Балан) і т. д.

Туризм. На кінець 2020 року збитки в сфері туризму для країни склали понад 1 млрд. дол. Хоча для України частка в'їзного туризму не значна, проте внаслідок затяжних карантинних обмежень збитки вже підходять до відмітки в 3-6 млрд. дол. Особливо страждає українська мережа закладів гостинної сфери, де понад 80% якої становлять ФОПи малого бізнесу, а тому мають мало шансів на виживання [3]. Зміна в сфері туризму викликала певні цікаві тенденції, зокрема хоча починаючи з березня 2020 року, коли ситуація з короно вірусом ще була не до кінця зрозумілою туристичні фірми намагалися продати путівки хоч за які небуть гроші, то зараз, ситуація кардинально змінилась, не дивлячись на понижений попит, подорожувати стало в рази дорожче, це справедливо як і для внутрішнього так і для зовнішнього туризму. Наступною тенденцією є часткова переорієнтація

на внутрішній туризм, і взагалі 2020 рік був визначений роком сільського туризму. Експерти зазначають, що внутрішній туризм хоча і зріс, але це явище не може бути на постійних засадах, хоча цікаво розглянути таку статистику представлену компанією Vodafone Україна, що порівнює мобільний трафік у 2019 році та в 2020 році (рис. 2).

Ще одним трендом 2020 року – став тренд подорожувати на автомобілі, а також самостійно організувати маршрут, а не купувати готовий тур all in collusive. Серед найбільш популярних напрямків туризму є Турція, Єгипет, Албанія, Занзібар та інші. Зараз з поступовим послабленням деякі країни відкривають кордони, зокрема Греція анонсувала початок прийому іноземних туристів з травня.

Сфера громадського харчування. Здавалось би – доставка – ось і рішення, але потрібно відзначити, що відсоток закладів, орієнтованих на доставку, в Україні невеликий. Левова частка ресторанів і кафе отримували основний прибуток саме завдяки обслуговуванню клієнтів в залах. Якщо порівняти обороти працюючого ресторану і доставки – то вона ніколи не була більше 20%, а зазвичай навіть 10-15%. Причому на сьогоднішній день її обсяги не вирости, а залишилися приблизно на тому ж рівні. Переважна більшість закладів так і не змогли переорієнтуватися на доставку. Згідно з дослідженням компанії Poster, яка допомагає підвищити ефективність роботи кафе та ресторанів, близько 63% – 2500 закладів громадського харчування припинили роботу вже після 2 тижнів карантину [5]. Багато маленьких кафе просто не витримали та закрилися, та навіть розвинутим мережам ресторанів та кафе довелося задуматися

про припинення роботи деяких своїх закладів, особливо тих, що розташовані в food-зонах торгово-розважальних центрів. У холдинг, зокрема, входять такі відомі заклади та мережі, як "Сусія", il Molino, CITY • ZEN, TBILISO, Sam's Steak House та інші. Сьогодні більшості цих закладів доводиться дуже складно. Адже навіть для організації доставки – потрібно запускати практично весь ресторан. А це

значить – плата за електрику, забезпечення трансферу співробітників, питання оренди. Також слід зазначити, що звичайна доставка була адаптована в нову послугу – безконтактна доставка. Головна характеристика: забезпечення кур'єрів усіма можливими засобами захисту: рукавичками, масками, засобами дезінфекції.

у Одеській, Миколаївській та Херсонській областях, судячи зі зростання мобільного трафіку, нині на 30% більше туристів, ніж в аналогічні дні минулого літа;

на курорті Кирилівка (Запорізька область, Азовське море) мобільний трафік свідчить, що приїхало на 55% більше відпочивальників, ніж торік;

на азовських курортах підконтрольної Києву частини Донеччини (Ялта, Урзуф, Білосарайська коса) людей побільшало на 100-170%.

Рис. 2. Зростання ролі туризму в 2020 році за динамікою зростання мобільного трафіку [4]

Щоб збільшити кількість замовлень ресторани, кафе та інші заклади громадського харчування активізують свою присутність у соціальних мережах – масова реклама в Instagram Facebook та You Tube, система знижок і конкурси. Ще одним з цікавих рішень є проект, який я умовно називаю «приготуй сам». Наприклад, ви вирішили замовити піцу, але замість того, щоб замовити в ресторані вже готову, ви можете обрати варіант «приготуй сам». Тобто ви купуєте в цьому ж вашому улюбленому ресторані набір-заготовку, що складається з тіста або вже готової основи для піци та усіх необхідних інгредієнтів та приправ плюс за спеціальним QR-кодом інструкція. Це допоможе компанії зменшити витрати електрику, вирішить питання з транспортом для персоналу (хоча б частково) та інше.

Індустрія краси. Втрати перукарень на початок карантинних обмежень лише від обслуговування приблизно 7 млн. чоловіків, які записались на стрижку, за місяць становлять 570 млн. Якщо до цієї суми додати ще аналогічну послугу в перукарні для жінок, то вийде понад один мільярд на місяць, а це лише підрахунки для перукарень. А як ми знаємо, індустрія краси має надзвичайно широкий спектр послуг, більшість з яких зробити самостійно просто не можливо. Починаючи з березня індустрія краси майже завмерла. Салони закриті, майстри склали інструменти. Попри штрафи, деякі майстри манікюру все ж ризикують приймати клієнтів. Пояснюють це єдиним джерелом доходу, а також важливістю деяких процедур. Ситуація через рік звісно трішки покращилась, зокрема зараз салони

краси та перукарні приймають клієнтів за переднім записом. Але звісно, все ще несуть втрати.

Одним з напрямків переорієнтації діяльності є відкриття онлайн шкіл/курсів візажу/зачісок і тд. Ще гарною ідеєю є заготовки, які клієнт зможе придбати для різного роду косметичних процедур: пілінг/маски/набір для зняття гель-лаку і тд. В умовах послаблення карантину можна ввести послугу – виїзд до клієнта. Також більшість салонів та перукарень перейшли в режим роботи за попереднім записом.

Освіта. На відміну від попередніх галузей сфери послуг, сфера освіти знайшла вихід. Кирил Бігай, засновник та голова Preply.com, зазначає, що популярність онлайн-навчання в умовах загального карантину зростає, і це лише якщо подивитися на статистику використання ресурсів самоосвіти. Особливо популярним є вивчення іноземних мов онлайн [6].

На платформі Дія, цифрова освіта вже зареєстровано понад 50 тисяч українців. Хоча й є значні нарікання на онлайн освіту в школах, проте дана сфера за рік змогла переорієнтуватися на онлайн навчання. Онлайн освіта використовує безліч можливостей, зокрема платформа Moodle, Zoom конференції, шкільний сервер – Aquarius, відео заняття по телебаченню для школярів, google клас та інші.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Отже, якою українська економіка буде після виходу з карантину частково залежить від того, як бізнес використовуватиме антикризові можливості. Звісно, загальне питання вже не в тому, як

www.econa.org.ua

заробити більше, а в тому, як мінімізувати свої «карантинні» збитки, а для деяких фірм – єдиний спосіб вижити. Ось що цікаво: навіть в нинішні непрості часи багато хто з них демонструють турботу про клієнта. Адже карантин колись закінчиться, а добре ім'я дозволить швидше вийти з його наслідків.

Можна виділити наступні креативні шляхи виходу з кризи сфери послуг:

- нові способи оплати та доставки;
- розширення використання SMM Marketing + креативні форми (вплив на емоційний інтелект потенційного споживача);
- ефективні комунікативні технології у тому числі Digital;
- інноваційні технології роботи зі споживачем задля втримання частки ринку і завойовування нових часток ринку;
- розширення форм міжнародної торгівлі при взаємодії суб'єктів.

Також, як підсумок проведеного аналізу, хоча виділити наступні кроки, які вже допомагають, та можуть допомогти малому та середньому бізнесу сфери послуг пережити карантин, та відновити свою роботу:

- цікавим методом підтримки держави малого та середнього бізнесу є зміни в системі сплати ЄСВ, тобто з 1 січня 2021 року фізичним особам підприємцям дозволяється не сплачувати ЄСВ за себе якщо прибутки за даний звітний період відсутні. Це певним чином допомагає сфері послуг залишитися на плаву.
- створення сприятливих умови для доступного кредитування малого та середнього бізнесу –

на початку 2020 року в рамках програми доступних кредитів була скоригована ставка кредитів від 5 до 7 відсотків для малого та середнього бізнесу. І хоча спочатку ця програма мала на меті допомогти в розвитку бізнесу, то вже з середини 2020 року – ціль стала інша, а саме допомогти відновитися та адаптуватися під нові умови світу;

- безвідсотковий кредит тим, хто закривається із ініціативи держави (наприклад, «Мультиплекс»), щоб вони змогли пережити цей період;
- розширення повноважень місцевої влади задля підтримки малого та середнього бізнесу. За прикладом інших країн, видно, що завдяки місцевому самоврядуванню влада може створити сприятливі умови для підтримки місцевого бізнесу, зокрема впливаючи на ставки місцевих податків. Наприклад, зменшення податкового навантаження на власників торгових центрів, якщо ті йдуть на зустріч їхнім орендарям під час карантинних обмежень хоча б на 50% [7].

Карантинні обмеження через пандемію Covid-19 стали стресом для економіки, причому чи не найбільший удар отримали сфера послуг та торгівля, не пов'язана з продовольством, визнає більшість експертів. Реальний вплив цієї сфери на економіку світу є більшим, ніж її частка у ВВП, відтак стрес для сфери послуг матиме комплексні наслідки, ось чому так важливо компаніям сфери послуг адаптувати свою діяльність до нових умов міжнародної торгівлі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бизнес остался с карантином один на один. *Апостроф*. 2020. URL: <https://apostrophe.ua/article/business/2020-04-02/vs-na-dom-kak-ukrainskiy-biznes-vyijivaet-vo-vremya-karantina/31966>.
2. Як сфера послуг та малий бізнес переживають карантинні обмеження. *Ліга. Бізнес*. 2020. URL: <https://biz.liga.net/all/fmcg/novosti/sotni-tysyach-bezrobotnyh-kak-sfera-uslug-i-malyy-biznes-perejivayut-karantin>.
3. Цебренко М. Інноваційна модель розвитку національної економіки України. URL: <http://www.iweir.org.ua/cebrenko.rtf>.
4. Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через COVID-19. *Радіо Свобода*. 2020. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html>.
5. Як сфера послуг і малий бізнес переживають карантин. 2020. URL: <https://ua-news.liga.net/economics/news/sotni-tysyach-bezrobotnih-yak-sfera-poslug-i-malyi-biznes-perejivayut-karantin>.
6. Хроніки кризи бізнесу: кого в Україні більше накроєт штормом коронавіруса. *Економіческая правда*. 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/03/19/658296/>
7. Сколько стоит пакет "карантинной" господдержки и какие потери малого бизнеса. *Економіческая правда*. 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2020/04/10/659198/>.

REFERENCES

www.econa.org.ua

1. *Byznes ostalsya s karantynom ody na ody* (2020). Retrieved from: <https://apostrophe.ua/article/business/2020-04-02/vs-na-dom-kak-ukrainskiy-biznes-vyjiivaet-vo-vremya-karantina/31966>. [in Russian].
2. Yak sfera posluh ta malyy biznes Perezhyvayut' karantynni obmezhenyya. (2020). *Liha. Biznes*. Retrieved from: <https://biz.liga.net/all/fmcg/novosti/sotni-tysyach-bezrobotnyh-kak-sfera-uslug-i-malyy-biznes-perejivayut-karantin> [in Ukrainian].
3. Tsebrenko, M. (2019). *Innovatsiy na model' rozvytku natsional'noyi ekonomiky Ukrainy*. Retrieved from: <http://www.iweir.org.ua/cebrenko.rtf>.
4. Vnutrishniy turizm v Ukraini – na pidyomi cherez COVID-1. (2020). *Radio Svoboda*. Retrieved from: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turizm-v-ukraini-covid19/30726545.html> [in Ukrainian].
5. Yak sfera posluh i malyy biznes Perezhyvayut' karantyn. (2020). Retrieved from: <https://ua-news.liga.net/economics/news/sotni-tysyach-bezrobotnih-yak-sfera-poslug-i-malyy-biznes-perejivayut-karantin> [in Ukrainian].
6. Khronyky krizisa biznesa: koho v Ukraini bol'she nakroet shtormom koronavirusa. *Ekonomicheskaya pravda*. (2020). Retrieved from: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/03/19/658296/> [in Russian].
7. Skol'ko stoyt paket "karantynnoy" hospodderzhky y kakye potery maloho byznosa. *Ekonomicheskaya pravda*. (2020). Retrieved from: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2020/04/10/659198/> [in Russian].