

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.03.213>

JEL classification: L19, L31

UDC: 338.467

Тетяна ШАПОВАЛОВА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент,
кафедра соціології та соціальної роботи,
Національний університет «Львівська політехніка», Україна
E-mail: gg39358@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2535-867X
<https://publons.com/researcher/3770408//>

РИНОК СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ ТА ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НЕПРИБУТКОВИХ НЕДЕРЖАВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ-ПРОДУЦІЕНТІВ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ

АНОТАЦІЯ

Вступ. Лібералізація ринку соціальних послуг формує можливість організації конкурентної взаємодії між суб'єктами господарювання всіх організаційно-правових форм і форм власності в процесі забезпечення базових потреб сучасного суспільства, а також ініціює динамічне розширення спектра пропонованих споживачам соціальних послуг. За останнє десятиліття стійке зростання і високу ефективність діяльності на ринку соціальних послуг демонструють неприбуткові недержавні організації (далі – ННДО).

У сучасних економічних умовах успіх у розвитку ННДО на ринку соціальних послуг багато в чому визначається рівнем їхньої конкурентоспроможності. Формування умов конкурентного середовища і розвиток механізмів управління конкурентоспроможністю в соціальній сфері України є надзвичайно значущими для господарюючих суб'єктів за умов еволюційного переходу до нових економічних відносин під час виробництва і споживання послуг з соціального захисту населення, освітніх, медичних послуг і послуг у сфері культури.

Створення передумов для підвищення конкурентоспроможності українських ННДО, що надають соціальні послуги в умовах конкурентної боротьби на відповідних ринках, є ключовим чинником формування людського капіталу, а отже, і конкурентоспроможності економіки країни загалом.

Мета статті полягає у дослідженні ринку соціальних послуг в Україні та факторів конкурентоспроможності неприбуткових недержавних організацій – учасників цього ринку.

Метод. Теоретичну та методологічну основу дослідження склали праці зарубіжних і українських вчених, теорії конкурентоспроможності, соціально-економічної статистики, а також прикладні дослідження з цієї проблематики, публікації в періодичній пресі, матеріали науково-практичних конференцій. Під час проведення дослідження використовувалися загальнонаукові методи абстракції, аналізу, синтезу, порівняння й аналогії, систематизації та моделювання. Як інструменти дослідження застосовувалися системний, факторний і функціональний аналіз.

Результати. Проведений аналіз дав змогу дійти висновку, що ринок соціальних послуг має певну специфіку, яка значною мірою зумовлена особливостями послуг, що обертається на даному ринку, з урахуванням яких формуються межі ринку, його суб'єктний склад і якісний зміст економічних відносин.

Ринку соціальних послуг притаманна більш виражена порівняно з ринком усіх інших послуг сегментація залежно від доходів, цін, суб'єктивної оцінки споживачем значущості послуги, стилю життя. Доведено, що ННДО є суб'єктами конкуренції, причому на їхню конкурентоспроможність впливають певні фактори.

Ключові слова: ринок соціальних послуг; соціальні послуги; конкурентоспроможність; неприбуткові недержавні організації.

© Тетяна Шаповалова, 2023

Отримано: 28.09.2023 р.

Рекомендовано до друку: 12.10.2023 р.

Опубліковано: 25.10.2023 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.

Як цитувати: Шаповалова Т. Ринок соціальних послуг в Україні та фактори конкурентоспроможності неприбуткових недержавних організацій-продуцентів соціальних послуг. *Економічний аналіз*. 2023. Том 33. № 3. С. 213-221. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.03.213>

Вступ

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку України з формуванням повноцінного ринку соціальних послуг, що безпосередньо задовольняють життєво важливі особисті потреби індивідуума і суспільства загалом, орієнтованих на підвищення рівня добробуту населення, пов'язують розв'язання багатьох соціальних проблем. Різноманіття суб'єктів, об'єктів і відповідно форм діяльності – характерна риса сучасного трансформаційного етапу розвитку цього ринку. Наявна традиція широкої присутності держави на ринку соціальних послуг як постачальника і гаранта надання їх мінімально необхідного обсягу сформувала комплекс відповідних споживчих очікувань, і цей ринок є одним із найскладніших об'єктів для здійснення перетворень, оскільки на ньому в обігу опиняються блага, які володіють абсолютно особливими властивостями. Ці блага люди повинні споживати незалежно від їхніх доходів, особливо, коли людина опинилась в складних життєвих обставинах.

Громадський сектор стає дедалі потужнішою рушійною силою економічного зростання, що забезпечує підвищення ефективності та конкурентоспроможності народного господарства, що робить його одним із найважливіших чинників національної безпеки і добробуту країни, благополуччя кожного громадянина. Конституція України проголошує вектором соціальних змін становлення нашої держави як правової та соціальної. Соціальна спрямованість діяльності ННДО, їхня певна гнучкість і потужний інноваційний потенціал дають їм змогу виробляти ефективні механізми розв'язання актуальних проблем сучасного суспільства.

Водночас роль цих організацій у соціально-економічній системі неоднозначна. З одного боку, ННДО обмежені у своїй господарській діяльності статутними цілями і принципом не розподілу прибутку. З іншого боку, вони, використовуючи свої конкурентні переваги, ведуть боротьбу з усіма іншими продуцентами аналогічних послуг за споживача, обмежений платоспроможний попит, за ринки збуту своїх послуг для отримання більшого доходу.

Водночас у вітчизняній науці проблеми конкурентоспроможності ННДО перебувають у стадії становлення. У працях, присвячених проблемам конкурентоспроможності ННДО, залишається нерозв'язаною низка принципових аспектів аналізу і формування конкурентного статусу як однієї з найважливіших інтегральних характеристик економічного і соціального становища ННДО.

У наукову літературу термін "конкуренція" увійшов завдяки працям родоначальника класичної політекономії А. Сміта. Згодом над розвитком теорії конкуренції працювали Д. Рікардо, Д.С. Міль, Дж. Робінсон, А. Маршал, Ф. Еджуорт, А. Курно, Е. Чемберлін, Дж. Кейнс, Й. Шумпетер, П. Гейне, Ф. А. Хайєк, Ф. Найт, К. Р. Макконел, С. Л. Брю, М. Портер та інші автори.

Серед вітчизняних вчених, які зробили значний внесок у розвиток теорії конкуренції та конкурентоспроможності організації, необхідно відзначити роботи Абрамовича О. К., Богословська П. С., Борисова Т. М., Дуброва О. С., Іванов Ю. Б., Іванова О. Ю., Камишніков Р. В., Куруоглу О. В., Романюк В. В. та інші.

Відзначаючи різноманіття фундаментальних підходів і прикладних досліджень щодо розкриття окремих сторін окресленої в статті тематики, слід підкреслити, що питання дослідження ринку соціальних послуг та засад конкурентоспроможності ННДО на цьому ринку залишаються затребуваними для наукового пошуку. Ця обставина зумовила вибір теми, мету і завдання дослідження.

Мета та завдання статті

Загальна мета дослідження полягає у вивченні ринку соціальних послуг в Україні та факторів, що впливають на конкурентоспроможність неприбуткових недержавних організацій.

Ця мета передбачає вирішення конкретних завдань:

1. Здійснити аналіз особливостей соціальних послуг та їх класифікацію на ринку соціальних послуг.
2. Охарактеризувати ринок соціальних послуг в Україні
3. Проаналізувати фактори конкурентоспроможності ННДО.

Виклад основного матеріалу дослідження

Досить широкий спектр послуг, представлених на кожному із сегментів ринку соціальних послуг, властивості яких визначаються галузевою специфікою та предметом діяльності, зумовлює необхідність їх класифікації.

Соціальні послуги, об'єднуючи досить різноманітні види діяльності, задовольняють людські потреби різних рівнів, що визначаються відповідно до теорії потреб А. Маслоу (2008).

На нашу думку, освітні послуги та послуги у сфері культури здатні задовольняти потреби високого рівня, що пояснюється специфікою психоемоційного змісту суспільних відносин у сфері освіти та культури. Медичні послуги та послуги в сфері соціального захисту забезпечують підтримання та збереження життя і здоров'я людини, задовольняючи потреби базового рівня (фізіологічні та потреби в безпеці). Соціальні послуги які перебувають у складних життєвих обставинах характеризуються наступними засадами: уразливість клієнта і невідчутність соціальних послуг; одночасність процесів виробництва і споживання послуг; неможливість для клієнта оцінити і порівняти «конкуруючі пропозиції»; обмануті надії клієнта через неможливість оцінити послугу до моменту її отримання; наявність гарантій на послуги є кращою за якість цієї послуги; підозрілість клієнта апіорі (Шаповалова, 2023).

Відчутність соціальних послуг виявляється в можливості продемонструвати їхній ефект конкретному реципієнту, який здійснює оцінювання суб'єктивної корисності послуги за аналогією надання подібних послуг іншим споживачам. Послуги у сфері культури, на нашу думку, є найменш відчутними, оскільки результатом їхнього надання, як правило, виступає певний духовний, естетичний, розвивальний вплив на психіку людини. Процес надання освітніх послуг може бути опосередкований використанням спеціального обладнання, матеріальних носіїв інформації, мультимедійних технологій і завершуватися наданням реципієнту документа, що свідчить про наявність у нього певного рівня освіти і має самостійну цінність.

Найбільш об'єктивне втілення мають медичні послуги (встановлення кардіостимуляторів, ортопедичних протезів, використання пломбувального матеріалу, зубних коронок і протезів, пересадка органів). Сучасні інформаційні технології дають змогу в низці випадків спрогнозувати корисність медичної послуги до моменту початку її надання.

Ступінь відчутності кожної конкретної соціальної послуги визначається співвідношенням нематеріальних і уречевлених елементів її надання.

У сучасній науковій літературі існує безліч класифікацій освітніх послуг, які заслуговують на увагу. Видається, що найбільше практичне значення має класифікація цих послуг за ступенями освіти: дошкільна освіта; позашкільна освіта; шкільна освіта; професійна освіта; вища освіта (Закон України «Про освіту», 2017).

Ця класифікація дає змогу вимірювати і прогнозувати зовнішній ефект від надання освітніх послуг, оскільки з кожним пройденим індивідом ступенем освіти зростають корисність і витрати, пов'язані з третіми особами, що не враховані в ціні послуги.

Медичні послуги можна класифікувати за низкою критеріїв, проте в цілях цього дослідження найбільший інтерес становить класифікація медичних послуг за функціональним змістом діяльності їх продуцентів. Тимчасовий галузевий класифікатор медичних процедур (послуг) та хірургічних операцій затверджений Наказом МОЗ України № 67 від 14.02.2007 року. Отже, на нашу думку, доцільно виокремити: послуги стаціонарних лікувальних закладів; послуги, що надаються в поліклініках; послуги, що надаються медичним персоналом удома; послуги, що надаються стоматологічними підрозділами; послуги, що надаються косметологічними підрозділами; послуги, що надаються санітарно-профілактичними підрозділами, – санаторно-оздоровчі послуги; послуги закладів медико-соціальної допомоги; послуги аптек підрозділів; послуги патолого-анатомічних бюро та інші.

Запропонована класифікація дає змогу об'єднати всі медичні послуги, що розрізняються за значущістю зовнішніх ефектів,

що виникають, за ступенем охоплення населення, за ступенем відчутності, за спеціалізацією медичної допомоги, за цілями і способами її надання, у певні конкурентні стратегічні групи, які формують основу для сегментації ринку медичних послуг.

Класифікатор соціальних послуг в сфері соціального захисту затверджений Наказом Наказ Міністерства соціальної політики України № 429 від 23.06.2020, містить в собі наступні послуги: інформування; консультування; посередництво; надання притулку; короткотермінове проживання; соціальна профілактика; догляд і виховання; підтримане проживання; соціальний супровід; екстрене кризове втручання; соціальна адаптація; соціальна інтеграція та реінтеграція; догляд; соціальна реабілітація; тимчасовий відпочинок для осіб, які здійснюють догляд за дітьми / особами з інвалідністю; натуральна допомога; супровід під час інклюзивного навчання; переклад жестовою мовою; транспортні послуги.

Розгорнуте уявлення про особливості соціальних послуг різних галузей може бути отримано в результаті аналізу змісту суспільних відносин, що виникають з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання послуг в сфері соціального захисту, освітніх, медичних послуг і послуг у сфері культури з урахуванням закономірностей і принципів функціонування соціальної сфери.

В Україні перехід до ринкової економіки супроводжувався комерціалізацією соціальних послуг, що призвело до виникнення відповідних ринків. Нами запропоновано розглядати ринок соціальних послуг як певний набір механізмів і правил надання послуг у сфері соціального захисту, освіти, охорони здоров'я та культури, що встановлюються державою з метою забезпечення реалізації інтересів суспільного розвитку відповідно до принципу балансування державних, суспільних, приватнопідприємницьких та індивідуальних інтересів, через застосування яких реалізуються соціально-економічні відносини між виробниками та споживачами цих послуг.

Основні групи суб'єктів ринку соціальних послуг та їх співвідношення відображено на рис. 1. До них відносять:

- державу (як гаранта надання мінімального необхідного обсягу соціальних послуг – в особі органів державної влади та місцевого самоврядування);
- продуценти (індивідуальні підприємці та комерційні організації різних форм власності та організаційно-правових форм; державні та комунальні неприбуткові організації; неприбуткові недержавні організації);
- споживачі (індивіди).

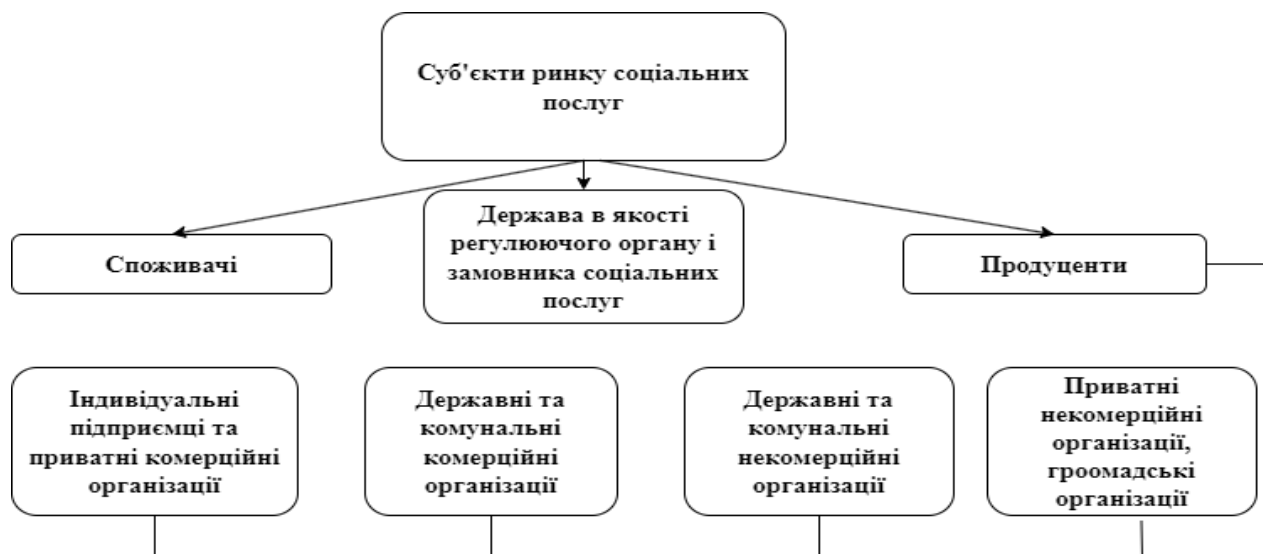


Рис. 1. Групи суб'єктів ринку соціальних послуг та їх співвідношення

Розглянемо галузеву специфіку продуцентів соціальних послуг в сфері соціального захисту, сфері освіти, охорони здоров'я та культури.

Сфера соціального захисту. У лютому місяці поточного року в Єдиній інформаційній системі соціальної сфери було упроваджено розділ про надавачів соціальних послуг, Реєстру надавачів та отримувачів соціальних послуг. Аналізуючи перелік надавачів соціальних послуг, зареєстрованих в цьому реєстрі на березень 2023 року, ми з'ясували, що частка державного сектору значно привалює над часткою недержавного сектору і становить 73% до 17%. При чому частка соціально орієнтованих неприбуткових організацій, котрі надають соціальні послуги, становить 14%, а частка приватних прибуткових організацій – 3%. На основі цих даних можна стверджувати, що процес створення ринку соціальних послуг в Україні знаходиться на початковому етапі (Шаповалова, 2023).

Важливими аспектами роздержавлення «бюджетного сектору» надавачів соціальних послуг є: спрямованість загального вектору державної політики з 2019 року на роздержавлення послуг у соціальній сфері, створення конкурентного середовища, економія державних коштів та підвищення якості соціальних послуг; поява нових учасників на ринку соціальних послуг: соціально-активні неприбуткові організації, соціальний бізнес та активні групи населення; політика щодо забезпечення доступу до бюджетних коштів недержавних суб'єктів; перспективи розширення мережі закладів – надавачів соціальних послуг у світлі сучасної державної політики (Шаповалова, 2023).

Досягнення значущих і продуктивних результатів процесу роздержавлення «бюджетного сектору» можливе лише за умови усвідомленого і суб'єктного включення до нього самих надавачів послуг у соціальній сфері: недержавних постачальників, включно із соціально орієнтованими не прибутковими організаціями та приватним сектором економіки.

Участь соціально орієнтованих неприбуткових організацій та приватних прибуткових організацій у соціальній сфері може позитивно сприяти: появі здорового конкурентного середовища: збільшенню

доступності та якості соціальних послуг шляхом розширення їх спектра; розширенню можливостей для споживачів вибору постачальника послуг у соціальній сфері, а також їхньої варіативності; підвищенню ефективності використання бюджетних коштів, що виділяються на надання громадянам послуг у соціальній сфері; підвищенню прозорості системи надання населенню послуг у соціальній сфері; створенню можливостей впровадження інновацій, врахування регіональної специфіки і, як наслідок, поліпшення якості соціального обслуговування.

Роздержавлення «бюджетного сектору» соціальних послуг тягне за собою низку негативних факторів, таких як звільнення персоналу цих установ, вирішення майнових питань, руйнацію існуючих можливостей надання соціальних послуг. Для уникнення виникнення цих факторів, на нашу думку, потрібно змінити форму власності існуючим державним установам, що надають соціальні послуги (Шаповалова, 2023).

Освітні послуги реалізуються на відповідному ринку, який розуміють як сукупність суспільних відносин у сфері товарного обігу інтелектуальної продукції, нових освітніх методик і технологій, що характеризується взаємодією попиту на освітні послуги з боку споживачів (тих, хто навчається) та їхньої пропозиції різноманітними виробниками (освітніми організаціями) за участю широкого кола зацікавлених суб'єктів. До останніх традиційно відносять державні та регіональні органи державної влади, органи місцевого самоврядування, підприємства, служби зайнятості, біржі праці, які сприяють ефективному просуванню освітніх послуг на ринку, забезпечують ресурсну підтримку освіти, виявляють, розраховують і прогнозують потреби виробників у трудових ресурсах, досліджують соціальні проблеми працевлаштування.

Сфера просторової локалізації ринку освітніх послуг може збігатися з територіальною зоною окремих міст, регіонів, але може й поширюватися далеко за їхні адміністративні межі. На її поширення за межі міста (регіону) впливають три основні чинники: рівень конкурентоспроможності освітньої послуги, транспортні витрати, рівень цін на відповідні

послуги всередині міста (регіону) і за його межами.

На ринку освітніх послуг в Україні використовують адміністративні та ринкові механізми ціноутворення.

Ринок медичних послуг можна описати як сукупність економічних відносин між наявними і потенційними виробниками та споживачами медичних послуг, які являють собою заходи, що здійснюються в рамках медичної діяльності медичними працівниками, спрямовані на профілактику захворювань, їхню діагностику та лікування для задоволення потреб громадян у підтримці й відновленні здоров'я, і потреб суспільства в розвитку людського капіталу.

Характеризуючи ринок медичних послуг з погляду його географічної локалізації, слід зазначити, що для поширених медичних послуг елементарним буде ринок населеного пункту, у межах якого функціонують продуценти послуг. Однак, для більш рідкісних і дорогих послуг, пов'язаних із використанням унікального лікувально-діагностичного обладнання, це, як правило, ринок регіону або національний ринок.

Попит на медичні послуги породжують три групи потреб, що формують відповідні сегменти ринку:

- потреба в підтримці життєздатності;
- потреба бути здоровим зі збереженням працездатності;
- потреба свободи життєдіяльності (фізіологічної, психосоматичної, соціальної) в найвищому ступені, тобто в цьому випадку стан потреби характеризується бажанням досягнення найвищого ступеня "якості життя".

Медичні послуги, спрямовані на виявлення і лікування захворювань, більшою мірою, ніж усі інші соціальні послуги, задовольняють базові потреби людини (жити і бути здоровою), тому попит на них відносно стабільний. Однак у випадку з медичними послугами у сфері пластичної хірургії, косметології, відновлювальної медицини економічний спад призводить до формування надлишкової пропозиції цих послуг за одночасного скорочення попиту.

На ринку медичних послуг можна умовно виокремити основні типи медичних організацій, що відповідають секторам сучасної

економіки (державні та комунальні, а також приватні – комерційні та некомерційні), кожен з яких має свою специфіку управління.

Відповідно, на ринку медичних послуг, як і на ринку освітніх послуг, використовуються як ринкові, так і адміністративні механізми ціноутворення.

Ринок послуг у сфері культури являє собою сукупність економічних відносин з приводу формування, просування та реалізації культурного продукту, що відповідає актуальним потребам населення і характеризується витратами, споживчою вартістю та ринковою ціною.

Важливою особливістю ринку послуг у сфері культури є те, що організації культури і мистецтва спеціалізуються на духовному виробництві. У зв'язку з цим для ринку послуг у сфері культури економічні моделі, що зарекомендували себе у сфері матеріального виробництва, в чистому вигляді непридатні. Комерціалізація сфери культури за допомогою прямого накладення на неї ринкових відносин може призвести до різкого зниження якісного рівня послуг, що надаються.

З урахуванням критерію мети діяльності та організаційно-правової форми можна виокремити такі групи суб'єктів ринку послуг у сфері культури:

- комерційні організації, що здійснюють підприємницьку діяльність у сфері культури (культурно-концертні організації, організації кінопрокату тощо);
- неприбуткові державні та комунальні організації культури, що створюються за рішенням органів державної влади та місцевого самоврядування (державні та комунальні музеї, бібліотеки, театри);
- неприбуткові недержавні організації культури (громадські організації, спілки та асоціації, фонди та установи тощо).

Представляє інтерес питання про співвідношення адміністративних меж населеного пункту і територіальних меж ринку послуг у сфері культури. Чітко окреслити межі досліджуваного ринку складно з огляду на вплив сукупності економічних, технічних, естетичних, духовних і особистісних чинників, що формують можливості та бажання покупців брати участь у процесі обігу послуги у сфері культури на території, що розглядається.

Попит на ринкові послуги у сфері культури, на відміну від попиту на освітні та медичні послуги, значною мірою схильний до впливу ірраціональних чинників і безпосередньо пов'язаний із соціально-психологічними моделями людської поведінки: бажанням долучитися до якоїсь спільноти, відповідати певному іміджу, підкреслити свою винятковість. Спонтанний прояв зазначених мотивів може призвести до непередбачуваного зростання або падіння попиту. В умовах економічної нестабільності значно зміщуються споживчі акценти у сфері культури: конкретні послуги перетворюються на символічні компоненти, важливі для підтримання незмінного стилю життя.

Розглядаючи основні принципи ціноутворення на ринку послуг у сфері культури, слід зазначити, що ціни на квитки організації культури встановлюють самостійно. Визначальним фактором формування ціни на послуги у сфері культури здебільшого є ексклюзивність репертуару та відомість виконавця даної послуги.

Ринок соціальних послуг передбачає конкуренцію його учасників. Для нашого дослідження є цікаві ННДО і їх конкурентоспроможність, яка характеризує їх суб'єктивний стан (у статичності) або потенційну можливість (у динаміці) здійснювати соціально затребувану діяльність, використовуючи свої конкурентні переваги для боротьби з усіма іншими продуцентами аналогічних послуг за споживача, обмежений платоспроможний попит, за ринки збуту своїх послуг для отримання більшого доходу і для залучення коштів на безоплатній основі від фондів, гранторозподілюючих організацій, прибуткових, державних і муніципальних організацій, а також від інших організацій.

Створення передумов для підвищення конкурентоспроможності українських ННДО, що надають соціальні послуги в умовах конкурентної боротьби на відповідних ринках, є ключовим фактором формування людського капіталу, а відтак і конкурентоспроможності національної економіки в цілому.

Найважливішим аспектом управління конкурентоспроможністю ННДО на ринку соціальних послуг є виявлення та оцінка чинників, що формують конкурентні переваги

суб'єкта господарювання. Класифікацію зазначених факторів доцільно здійснювати за такими підставами:

- за відношенням до системи (для ННДО системами вищого рівня є галузь, регіон, країна) – на групи зовнішніх і внутрішніх;
- за сферами виникнення переваги – на групи природно-географічних, соціальних, політичних, економічних, культурних чинників, чинників інноваційного розвитку;
- за змістом фактора переваги – фактори якості, ціни послуги, фактори обсягу витрат у продуцента;
- за підставою отримання переваги – фактори, набуті в порядку правонаступництва (бренд, репутація, налагоджена взаємодія з місцевою громадою, органами місцевого самоврядування та державної влади);
- фактори, отримані в результаті саморозвитку організації, впровадження інновацій;
- за часом реалізації переваги – стратегічні та тактичні переваги;
- за місцем реалізації переваги – фактори локального,
- регіонального, національного, світового рівня;
- за характером кінцевого результату – групи чинників науково-технічного, соціального, економічного характеру.

Перелічені вище спеціальні (зовнішні та внутрішні) фактори конкурентоспроможності ННДО, будучи вибудовані в ієрархічну систему відповідно до коефіцієнтів значущості, можуть становити основу економіко-математичної моделі оцінювання та управління конкурентоспроможністю ННДО.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Дослідження специфіки ринку соціальних послуг в Україні дало можливість його класифікації та визначення відмінностей кожного з класів, а також факторів, які впливають на конкурентоспроможність продуцентів соціальних послуг-ННДО.

Виокремлення спеціальних внутрішніх чинників конкурентоспроможності організації необхідне для побудови відповідних економіко-математичних моделей оцінювання конкурентоспроможності надавачів соціальних

послуг, що є актуальним для подальших розвідок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Абрамович, О. К. (2011). *Поведінка споживача в системі управління конкурентною стратегією підприємства*. (автореферат дисертації кандидата наук). Чернівці: Чернівецький державний технологічний університет. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua>
- Богословська, П. С. (2023). *Маркетингові аспекти діяльності неприбуткових організацій*. Київ: Національний лінгвістичний університет. URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/78787878/4458>
- Борисова, Т. М. (2012). Особливості визначення конкурентоспроможності продуктів некомерційних організацій. *Вісник НТУ «ХПІ»*, 58 (964), 26-31. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/fea1bd0a-9e14-4db7-858c-9b5b33c49ab7/content>
- Дуброва, О. С. (2010). Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства. *Ефективна економіка*, (8). URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=274>
- Іванов, Ю. Б., & Іванова, О. Ю. (2012). Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби. *Проблеми економіки*, (4), 121-128. URL: https://www.ndc-ipr.org/media/ndc_old/documents/problems-of-economy-2012-4_0-pages-121_128.pdf
- Камишніков, Р. В. (2006). *Конкурентоспроможність підприємства в системі маркетингу* (автореферат дисертації кандидата наук). – Київ: Київський національний економічний університет. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua>
- Курюоглу, О. В. (2020). Аналіз конкурентоспроможності підприємства за моделлю М. Портера. *Всеукраїнська науково-технічна конференція магістрантів і студентів ТДАТУ, збірник тез доповідей. м. Мелітополь, (09-18 листопада 2020 року)*. Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного. URL: <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/13945>
- Романюк, В. В. (2020). *Напрями вдосконалення управління конкурентоспроможністю неприбуткової організації*. Запоріжжя: НУ "Запорізька політехніка". URL: <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/6947>
- Україна. Закон «Про освіту» (2017). № 2145-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
- Україна. Закон «Про соціальні послуги» № 2671-VIII (2019). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text>
- Україна. Наказ Міністерства соціальної політики України № 429 (2020). *Про затвердження Класифікатора соціальних послуг*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0643-20#Text>
- Україна. Наказ МОЗ України № 67. (2007). *Про затвердження тимчасового галузевого класифікатора медичних процедур (послуг) та хірургічних операцій*. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/118806_631785
- Шоповалова, Т.В. (2023). Сучасний ринок соціальних послуг в Україні. *Соціологія – Соціальна робота та соціальне забезпечення: регулювання соціальних проблем (Львів, 18–19 травня 2023 р.): Матеріали XIII Міжнародної наукової конференції*. URL: <https://doi.org/10.23939/sosrsw2023.197>

REFERENCES

- Abramovich, O. K. (2011). *Povedinka spozhyvacha v systemi upravlinnia konkurentnoiu stratehiieiu pidpriemstva*. (avtoreferat dysertatsii kandydata nauk). Chernihiv: Chernihivskiy derzhavnyi tekhnolohichnyi universytet. <http://irbis-nbuv.gov.ua>
- Bohoslovska, P. S. (2023). *Marketynhovi aspekty diialnosti neprybutkovykh orhanizatsii*. Kyiv: Natsionalnyi linyvistychnyi universytet. <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/78787878/4458>
- Borysova, T. M. (2012). *Osoblyvosti vyznachennia konkurentospromozhnosti produktiv nekomertsiiynykh orhanizatsii*. Visnyk NTU «KhPI», 58 (964), 26-31. <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/fea1bd0a-9e14-4db7-858c-9b5b33c49ab7/content>
- Dubrova, O. S. (2010). *Protses rozrobky ta realizatsii konkurentnoi stratehii pidpriemstva*. *Efektivna ekonomika*, (8). <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=274>
- Ivanov, Yu. B., & Ivanova, O. Yu. (2012). *Stratehiia formuvannia konkurentnykh perevah pidpriemstva v umovakh intensyvnoi konkurentnoi borotby*. *Problemy ekonomiky*, (4), 121-128. https://www.ndc-ipr.org/media/ndc_old/documents/problems-of-economy-2012-4_0-pages-121_128.pdf
- Kamyshnikov, R. V. (2006). *Konkurentospromozhnist pidpriemstva v systemi marketynhu* (avtoreferat dysertatsii kandydata nauk). – Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi ekonomichnyi universytet. <http://irbis-nbuv.gov.ua>

7. Kuruohlu, O. V. (2020). Analiz konkurentospromozhnosti pidpriemstva za modelliu M. Portera. Vseukrainska naukovo- tekhnichna konferentsiia mahistrantiv i studentiv TDATU, zbirnyk tez dopovidei. m. Melitopol, (09-18 lystopada 2020 roku). Melitopol: TDATU imeni Dmytra Motornoho. <http://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/13945>.
8. Romaniuk, V. V. (2020). Napriamy vdoskonalennia upravlinnia konkurentospromozhnistiu neprybutkovoi orhanizatsii. Zaporizhzhia: NU "Zaporizka politekhnika". <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/6947>.
9. Ukraina. Zakon «Pro osvitu» (2017). № 2145-VIII. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>.
10. Ukraina. Zakon «Pro sotsialni posluhy» № 2671-VIII (2019). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text>.
11. Ukraina. Nakaz Ministerstva sotsialnoi polityky Ukrainy № 429 (2020). Pro zatverdzhennia klasyfikatora sotsialnykh posluh. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0643-20#Text>.
12. Ukraina. Nakaz MOZ Ukrainy № 67. (2007). Pro zatverdzhennia tymchasovoho haluzevoho klasyfikatora medychnykh protsedur (posluh) ta khirurhichnykh operatsii. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/118806_631785.
13. Shapovalova, T. V. (2023). Suchasnyi rynek sotsialnykh posluh v Ukraini. Sotsiologhiia – Sotsialna robota ta sotsialne zabezpechennia: rehulivannia sotsialnykh problem (Lviv, 18–19 travnia 2023 r.): Materialy XIII Mizhnarodnoi naukovo konferentsii. URL: <https://doi.org/10.23939/sosrsw2023.197>.

Tetiana Shapovalova, PhD in Economics, Associate Professor, Department of Sociology and Social Work, Lviv Polytechnic National University, Ukraine

THE MARKET OF SOCIAL SERVICES IN UKRAINE AND FACTORS OF COMPETITIVENESS OF NON-PROFIT NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS PRODUCING SOCIAL SERVICES

Abstract

Introduction. The liberalization of the social services market creates the possibility of organizing competitive interaction between business entities of all organizational and legal forms and forms of ownership in the process of meeting the basic needs of modern society, and also initiates a dynamic expansion of the range of social services offered to consumers. Over the last decade, non-profit non-governmental organizations (hereinafter referred to as NGOs) have demonstrated steady growth and high efficiency in the social services market.

In the current economic environment, the success of NGOs in the social services market is largely determined by the level of their competitiveness. The formation of conditions for a competitive environment and the development of mechanisms for managing competitiveness in the social sphere of Ukraine are extremely important for economic entities in the context of the evolutionary transition to new economic relations in the production and consumption of social protection services, educational, medical and cultural services.

Creating the preconditions for increasing the competitiveness of Ukrainian NGOs providing social services in the context of competition in the relevant markets is a key factor in the formation of human capital, and thus the competitiveness of the country's economy as a whole.

The purpose of the article is to study the social services market in Ukraine and the factors of competitiveness of non-profit non-governmental organizations participating in this market.

Methods. The theoretical and methodological basis of the study is based on the works of foreign and Ukrainian scholars, theories of competitiveness, socio-economic statistics, as well as applied research on this issue, publications in the periodicals, and materials of scientific and practical conferences. The research was conducted using general scientific methods of abstraction, analysis, synthesis, comparison and analogy, systematization and modeling. System, factor and functional analysis were used as research tools.

Results. The analysis made it possible to conclude that the market for social services has certain specifics, which are largely due to the peculiarities of the services traded in this market, which determine the boundaries of the market, its subject composition and the qualitative content of economic relations.

The market for social services is characterized by a more pronounced segmentation compared to the market for all other services, depending on income, prices, subjective assessment of the importance of the service by the consumer, and lifestyle. It is proved that NGOs are subjects of competition, and their competitiveness is influenced by certain facts.

Keywords: social services market; social services; competitiveness; non-profit non-governmental organizations.

Cite as: Shapovalova, T. (2023). The market of social services in Ukraine and factors of competitiveness of non-profit non-governmental organizations producing social services. *Economic analysis*, 33 (3), 213-221. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.03.213>