

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

© Кривцун І.М., Панченко А.В., 2007

Проаналізовано горизонтальну і вертикальну інтеграцію капіталів на страховому ринку України. Виділено причини посилення популярності операцій злиття і поглинання страховиків, зокрема загострення конкуренції, економічні зміни та можливість досягнення ефектів синергії. Згруповано та охарактеризовано основні види синергетичних ефектів. Розроблено етапи діяльності компанії під час диверсифікації портфеля за рахунок залучення нового активу.

In article it is analysed horizontal and vertical integration of the capital on insurance market of Ukraine. Are allocated, reasons of growth of popularity of operations of merge and absorption, such as a competition, economic changes and an opportunity of achievement of effects of a synergy. It is carried out groupings and the characteristic of the basic kinds of synergic effects. The algorithm of actions of the company is developed at a foresight a portfolio, due to purchase of a new active.

Постановка проблеми. Формування ринкових відносин в Україні зумовило розвиток і зростання інтеграційних процесів серед компаній. Особливе зацікавлення компанії-покупці проявляють до фінансового ринку, зокрема до страхового. Найактивнішими учасниками купівлі страховиків є банки, фінансово-промислові групи, пенсійні фонди та компанії з управління активами. З теоретичного погляду інтеграція капіталу є нескладною, проте статистика свідчить, що більше від половини злиттів не виправдовують вкладених коштів. Для виявлення суті невдалих поглинань необхідно проаналізувати інтеграційний процес на ринку страхування, виділити основні причини популярності і можливі недоліки злиття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтеграційним процесам значну увагу приділило багато дослідників, серед вітчизняних можна виділити Гошовську О., Дьоміну О., Задарей Н., Іванова П., Корнилова О., Кузьміна О., Курдину Е., Фурмана В., Шкарпову О. Однак більшість досліджень стосуються загальної проблематики придбань на ринку України, а тема інтеграції із страховиками сьогодні висвітлена лише частково.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження інтеграційного процесу на страховому ринку. Виділення і характеристика ефектів синергії та розроблення етапів діяльності компанії при купівлі нового активу.

Виклад основного матеріалу. На міжнародному та внутрішньому страховому ринку України, як і в окремих галузях економіки дедалі більшого поширення набувають процеси інтеграції капіталу. За даними Ernst & Young у 2004 році обсяг вітчизняного ринку злиття зріс порівняно з попереднім роком на 150% і сягнув \$2,6 млрд. [1, с.18], у 2005 році обсяг угод М&А досяг \$7,7 млрд. [2, с.12]. Інтеграцію можна умовно поділити на два типи:

- горизонтальну;
- вертикальну.

Горизонтальна інтеграція капіталу характеризується формуванням внутрішньогалузевих зв'язків, тобто об'єднання компаній відбувається на рівні ринку з метою: збільшення своєї частки ринку, освоєння нового сегменту ринку чи з метою протистояння конкурентам. Останніми роками страховий ринок доволі жваво розвивається у цьому напрямку, що підтверджують дані, наведені в табл. 1.

Найбільші внутрішньогалузеві угоди на страховому ринку 2004–2006 років [2]

| Об'єкт поглинання | Пакет акцій % | Компанія-покупець | Сума угоди, млн. \$ |
|------------------------------|-------------------|--------------------------|---------------------|
| Остра-Київ | 61,5 | СК “Інгосстрах” (Росія) | 7 |
| Укрінмедстрах | 60 | СК РЕСО-гарантія (Росія) | 10 |
| Скайд-Вест | 100 | СК PZU (Польща) | 11,8 |
| Скайд-Вест-Життя | 100 | СК PZU (Польща) | 9,1 |
| Геліос і Геліос-лайф | Контрольний пакет | СК “Росно” Росія+Україна | н/д |
| Дія | 48,99 | СК “Авикос-Авес” (Росія) | н/д |
| “Львів-Терен” і “Галінстрах” | Контрольний пакет | СК “Інвестсервіс” | н/д |

Особливий інтерес до національних страхових компаній виявляють іноземні інвестори, зокрема з Росії і Польщі. На думку А. Соболева, голови правління УІСК “Інвестсервіс”, найближчим часом злиття українських компаній ще не стане масовим явищем, і надалі переважатиме купівля страхових компаній іноземними стратегами. Навіть у великих страхових компаній бракує грошових коштів для інвестування у дрібних страховиків [3, с. 25].

Вертикальна інтеграція капіталу характеризується розвитком міжгалузевих зв'язків і спрямована на отримання стратегічних можливостей завдяки об'єднанню двох та більше фінансових структур. В Україні основними покупцями страхових компаній є фінансові інститути (банки, фінансові групи та інвестиційні фонди) та фінансово-промислові групи [2, с. 12]. У світі такий вид інтеграції виник ще в середині ХХ століття, з ініціативи промислових підприємств, таких, як: “Ford”, “General Motors”, які володіють і донині кептивними компаніями [4, с. 173].

Першими, хто оцінив перспективи співпраці із страховиками, були банки. Сьогодні практично кожний банк має мінімум одного або й кількох страхових партнерів. Відомо, що ВАБанк має у своєму підпорядкуванні страхові компанії “Лідер”, “Лідер-Життя” і “Лідер-Ре”; Укрсоцбанк – викупив страхову компанію “Оранту” і заснував “Укрсоцстрах”; Промінвестбанк володіє страховими компаніями “Вексель” і “Вексель-життя”; Інтерконтинентбанк створив страхову компанію “Сіндек”, а Укрсиббанку підпорядковується Український страховий альянс [5, с. 24–26]. Банки створюють дочірні страхові компанії не тільки для страхування власних і клієнтських ризиків, але реалізують низку фінансових проектів, в яких підтримка страховика є невід'ємним атрибутом. До таких проектів належить розроблення системи кредитної і фінансової підтримки сільськогосподарських підприємств, у цьому напрямку активно діє банк “Аваль”, який у співпраці з “Банк Гезельшафт Берлін” та експертним кредитним агентством “Гермес” пропонують програму довгострокового кредитування купівлі німецької сільськогосподарської техніки [6, с. 94–95].

Інтеграційні процеси на страховому ринку успішно реалізують фінансові групи, наприклад: “Аваль” контролює страхові компанії “Астра”, “Еталон” і “Еталон-плюс”; група “Надра” представлена на ринку двома страховими компаніями “Інвестсервіс” та “Надра-життя”; група “Універсальна” має у підпорядкуванні три страхові компанії “Арта”, “Карпати” та “Універсальна” (дані 2004 року) та ін.[7]. Останніми роками потужні інвестиційні компанії, не тільки страхують ризики у незалежних страхових компаніях, а створюють дочірні страхові структури, для прикладу, КУА “Автоальянс – ХХІ сторіччя” володіє страховою компанією “Гарант-Лайф”.

На думку фінансових аналітиків, однією з причин зростання популярності операцій із злиття є посилення конкуренції: чим гостріша конкуренція у певному сегменті ринку, тим активніше власники шукають можливостей підвищення інвестиційних можливостей своїх підприємств, ефективного використання всіх ресурсів і зниження витрат. Сприяють злиттю і економічні зміни, одним із поштовхів до інтеграції між страховими компаніями є законодавчі вимоги щодо нарощування капіталізації страховиків [8, с. 44]. Окрім цього, дослідження показали, що основним стимулом до інтеграції організацій є прагнення досягти **ефекту синергії**. Під синергією розуміють кумулятивний позитивний ефект, що піднімає сумарні результати різних бізнесів порівняно з рівнем ефективності кожного з окремо взятих учасників [9]. Вітчизняний дослідник О. Гошовська

вважає, що синергія відображає об'єднання якісно відмінних типів поведінки економічної системи за рахунок нелінійних динамічних взаємозв'язків між елементами самої системи і її середовищем. Наслідком впливу таких зв'язків є виникнення специфічних режимів еволюції складників системи, що дає змогу досягти результатів у її діяльності, які є неможливими за відсутності таких взаємозв'язків [10, с. 5]. Проаналізувавши різні твердження, ми дійшли висновку, що синергія – це сумарний позитивний результат, котрий отримують учасники інтеграційного процесу за рахунок досягнення маркетингових, управлінських та фінансових ефектів синергії (табл. 2).

Таблиця 2

Основні види синергетичних ефектів

| Види ефектів синергії | Основні можливості компанії під час досягнення ефектів синергії |
|-----------------------|---|
| Маркетингові | Освоєння нових ринків та каналів збуту |
| | Виведення на ринок додаткових продуктів |
| | Отримання економічних вигод від ефекту масштабу |
| | Отримання конкурентних переваг |
| Управлінські | Зменшення рівня ризику ведення бізнесу |
| | Отримання технологічної цілісності об'єднання |
| | Оптимальне використання кадрових ресурсів |
| Фінансові | Збільшення ринкової вартості інтегрованого об'єднання |
| | Можливість скорочення витрат та зростання величини чистого прибутку |
| | Можливість економії на податкових платежах |
| | Додаткове акумулювання грошових ресурсів |
| | Фінансова диверсифікація |

Маркетингові ефекти синергії, що виникають під час взаємодії компаній, можна розділити на дві групи: синергію витрат і синергію доходів. За оцінками компанії McKinsey, саме економія на масштабі і операційна економія стали одною з основних причин інтеграції бізнесу в 90-ті роки ХХ століття. За допомогою ефективного розподілу ресурсів і спільного використання виробничих технологій компанії отримують можливість знижувати витрати. Для дочірньої страхової компанії це може проявлятися у вигляді зниження ціни на страхові продукти за рахунок реалізації більшої кількості контрактів. Стратегію скорочення витрат експерти зараховують до короткострокових ефектів синергії, що дає для організації низку переваг. Але, якщо немає росту продажів, то економія не відіграє важливого значення. Інтеграція компаній провадиться передовсім для подальшого розвитку дохідних синергетичних ефектів, що сприяють збільшенню продажу, виведенню на ринок нових продуктів, росту цільової аудиторії [11]. Прикладом інтеграції такого типу може бути об'єднання страхової компанії з банком чи іншим фінансовим інститутом (фінансовою групою, інвестиційним фондом тощо). Інтеграційний процес не загострює конкуренцію, а сприяє об'єднанню зусиль. Як банк, так і страховик займаються на ринку взаємодоповнювальною діяльністю, що дає змогу надавати повний спектр послуг і продуктів. Крім того, у деяких випадках така взаємодія може привести до створення абсолютно нового продукту, що дасть змогу не тільки отримати конкурентні переваги на ринку, а також сприятиме залученню додаткової кількості клієнтів.

Окрім маркетингових ефектів, значну роль відіграють і **управлінські ефекти синергії**, які проявляються у зниженні рівня ризику ведення бізнесу. За ринкових умов надзвичайно важливо знижувати рівень впливу ризикових обставин на діяльність компанії, проте переважна більшість ризиків не підлягає повному усуненню чи уникненню. Тому провідні підприємства, банки, фінансово-промислові групи вважають за доцільне страхувати власний бізнес через залучення у портфель акцій страховика. Така інтеграція дає материнській компанії змогу отримати одразу дві переваги: по-перше, – знизити рівень впливу ризикових обставин на діяльність організації за рахунок диверсифікації активів і по-друге, – дає можливість страхувати ризики діяльності організації у страховому кейптиві з високим рівнем надійності і конфіденційності.

Управлінський ефект синергії сприяє оптимальному використанню трудових ресурсів. Досвід останніх років підтвердив, що ефективна кадрова політика дає змогу максимально використовувати потенціал кожного робітника на створення послуги чи товару. Для того, щоб досягти ефекту синергії, потрібно, щоб всі працівники були не лише обізнані із стратегічними цілями організації, але й відчували причетність до розвитку організації. Своєрідним двигуном кадрової синергії є мотивація працівників не стільки матеріальна, як емоційна, на досягнення результату. Значну роль в роботі персоналу відіграють працівники, наділені лідерськими якостями. Так, наприклад, при об'єднанні компаній лідери потрібні для того, щоб об'єднати кращий досвід, добитися поставлених цілей та забезпечити ефективне функціонування бізнесу [12].

Фінансові ефекти синергії передбачають розширення можливостей, які отримує об'єднана організація при успішній реалізації інтеграційного процесу. До них зараховують, зокрема, можливість збільшення ринкової ціни інтегрованої компанії. Злиття двох компаній чи навіть навіть намір щодо підписання договору приводить до зміни ціни акцій. У такому разі велике значення має думка інвесторів, – якщо сприйняття позитивне, то в результаті використання ефекту синергії ринкова ціна компанії зростає. Експерти вважають, що для цього потрібно підготувати потенційних інвесторів та інших учасників ринку, сформувавши хороше або хоча б нейтральне ставлення до очікуваної операції.

Залучення до інтеграційного процесу страхової компанії також сприяє досягненню позитивного ефекту за рахунок економії на податкових виплатах. В результаті злиття чи поглинання збиткової страхової компанії, відповідно до Закону України “про оподаткування прибутку підприємств”, компанія-покупець може списувати свій прибуток на покриття збитків компанії, котра була приєднана [13].

До основних фінансових переваг об'єднання компаній належить і можливість значної акумуляції ресурсів, які надалі можна інвестувати у розвиток певних учасників об'єднання. У такій ситуації дочірня страхова структура чи будь-який інший актив материнської компанії може отримувати на пільгових засадах додаткові ресурси для фінансування певних програм чи проєктів. Ефект синергії виникає завдяки скороченню просторово-часових процесів руху капіталу, тобто дає змогу за мінімальних часових втрат отримувати потрібні ресурси різної тривалості. Під час взаємодії індивідуальних капіталів з різними оборотами та різною циклічністю відбувається їхнє взаємне доповнення і збільшення. На рівні об'єднаної компанії формується нині ринок капіталу, який перерозподіляє внутрішні фонди від бізнесу з граничними можливостями до перспективних сегментів.

Впливовою перевагою, яку отримують учасники інтеграції, є також фінансова диверсифікація. Як відомо, диверсифікація – спосіб зменшення ризиків і управління ними. Фінансові менеджери стверджують, що здійснення диверсифікації за допомогою інтеграції стабілізує зростання прибутковості операцій, а також зменшує ризик, пов'язаний з інвестиціями у цінні папери цього об'єднання [14, с. 132].

Згідно з вищесказаним можемо зробити висновок, що синергія, яка виникає після інтеграції компаній, може проявлятися у всіх сферах життєдіяльності новоствореної організації. Однак, як свідчить статистика, близько 60% усіх здійснених в Україні операцій із злиття не виправдовують очікування власників компаній. Безуспішність операцій, на думку експертів, значною мірою пояснюється поганим фінансовим і організаційним плануванням угоди. Скажімо, не враховано те, що компанії, які об'єднуються, мають різні цілі [15]. До причин невдалої інтеграції можна зарахувати і неправильну оцінку переваг угоди, що надалі може спричинити негативні наслідки. Прикладом може слугувати купівля банку “Аваль” австрійським Raiffeisen bank. Купуючи банк, нові власники не передбачали того, що колишні власники створять новий банк, який без труднощів зможе організувати діяльність на базі трудових ресурсів банку “Аваль” [16]. Тотальна реструктуризація бізнесу – це ще одна проблема, з якою стикається власник після інтеграції компаній. Перебудова, наприклад, фінансового обліку відповідно до прийнятих головним офісом стандартів може надовго вибити компанію з колії. Тим більше, що доводиться не лише переводити на єдині стандарти всю фінансову документацію, а й навчити працівників нових правил, здійснювати їхню ротацію та шукати нових фахівців. Проблеми можуть виникнути і через негативне ставлення ринку

до укрупненого гравця, що може проявитися у погіршенні ставлення до бренду споживачів, невдоволення з боку дистриб'юторів тощо. Але основною проблемою невдалих поглинань експерти вважають різницю у бізнес-менталітеті і відсутність взаєморозуміння між колегами об'єднаних компаній [16, с. 19]. Страх втратити робоче місце є вирішальним фактором опору персоналу при інтеграції компаній. Практично кожний працівник в такій ситуації ніби спускається на перший рівень піраміди Маслоу, його цікавить лише власна захищеність і впевненість в майбутньому, а не ефективність роботи новоствореної організації.

Наведені причини невдалих поглинань підкреслюють той факт, що осередком переваг та недоліків інтеграції є одні і ті самі чинники: управління, кадрова політика та маркетингові заходи. Без ефективної діяльності у всіх трьох напрямках ефекту синергії практично неможливо досягти. Згідно з цим, можемо дійти висновку, що інтеграція компаній – це складний процес, що вимагає від учасників правильного підходу, сконцентрованості та системності дій (табл. 3).

Таблиця 3

Етапи інтеграційного процесу із залученням нового портфельного активу

| Етапи проведення інтеграції | Дії компанії | Переваги застосування цього етапу |
|---|--|--|
| 1) Оцінка та характеристика власних активів | Відбувається за рахунок класифікації та оцінки власних активів | Дає змогу виробити подальшу інтеграційну політику компанії, і визначити об'єкт купівлі |
| 2) Оцінка активу, що планується купити | Здійснення діагностики об'єкта придбання: аналіз діяльності і фінансового стану компанії, визначення позиції компанії на ринку тощо | Забезпечує прийняття рішення щодо купівлі нового активу |
| 3) Порівняння витрат і доходів, пов'язаних з придбанням | Грунтується на оцінці витрат, потенційних можливостей та доходу внаслідок злиття компаній. Прогнозується реакція інвесторів, конкурентів, споживачів | Формує остаточне рішення щодо купівлі нового активу. Забезпечує проінформованість інвестора щодо ставлення учасників ринку до злиття |
| 4) Розроблення та реалізація методики інтеграції | Передбачає вибір способу здійснення оборудки, розробку стратегії та програму інтеграції. | Сприяє ефективному злиттю і отриманню ефектів синергії |

Для отримання від залучення нового активу додаткових можливостей, необхідний передовсім *аналіз власних активів*, який дасть організації змогу виробити подальшу стратегію діяльності. Аналіз активів може відбуватися різними способами, але, на нашу думку, найефективніше за допомогою оцінки і класифікації активів. Ми пропонуємо класифікувати активи на профільні і непрофільні, а також оцінювати їх за рівнем дохідності. Таке розмежування дасть можливість організації детально розібратися у власних активах і відповісти на такі важливі запитання:

Купувати новий актив чи ні?

Якщо купувати, то що це повинно бути?

Купівля термінова чи є можливість вичекати слушного моменту?

Класифікація потрібна, якщо організація складається з великої кількості компаній, які практично не пов'язані одна з одною (прикладом може бути львівська "Талка", що має у своєму складі кілька структур: підприємство з переробки цикорію, кавове і чайне підприємство, страхову компанію), це допомагає визначити напрям основної діяльності і допомагає зорієнтуватися, що саме потрібно придбати для того, щоб підвищити прибутковість організації.

Після визначення напрямку купівлі необхідно *оцінити об'єкт купівлі*. Для цього потрібно здійснити діагностику об'єкта придбання на основі аналізу показників фінансового стану, оцінки його структури, терміну експлуатації основних засобів, позицію компанії на ринку тощо. Звичайно, така комплексна оцінка вимагає часу і затрати коштів, але вона і виправдовує себе. Після перевірки потенційний інвестор знатиме не тільки фактичний стан об'єкта купівлі, але і те, які ризики найбільше впливають на роботу компанії і чи варто за таких умов взагалі купувати цей об'єкт.

З урахуванням даних діагностики об'єкта купівлі необхідно також оцінити потенційні витрати і можливості, отримані від злиття. Окрім ціни операції, під час інтеграції виникають додаткові витрати, пов'язані із запровадженням єдиної бухгалтерської системи, перекваліфікації і залучення кадрів, купівлі нового устаткування тощо. Тому потрібно порівняти орієнтовні витрати з можливими доходами і перспективами, які отримає компанія після інтеграції. Переважно при купівлі нового активу інвестори звертають основну увагу на додаткові можливості об'єднання (вихід на новий ринок, конкурентні переваги, додаткові прибутки, розроблення інноваційних продуктів тощо), забуваючи про те, що практично кожен крок потребує додаткових грошових вливань.

У оцінці доцільності купівлі нового активу треба також застосувати теорію портфеля. Ця теорія передбачає побудову моделі, що ґрунтується на розподілі ймовірностей між ризиком інвестицій та очікуваною дохідністю портфеля при залученні нового активу. Такий підхід дає змогу інвестору ефективно диверсифікувати власний портфель, врахувавши ймовірність впливу ризиків та ймовірність підвищення дохідності.

Після комплексної оцінки об'єкта поглинання необхідно розробити та реалізувати стратегію інтеграції. Для цього потрібно розробити план об'єднання, який об'єднав би: створення єдиної бізнес-моделі та централізоване фінансове і організаційне управління.

Звичайно, інтеграція – це багатоетапний і складний процес. Але у разі правильної політики компанії-покупця новостворене об'єднання отримує додаткові можливості і переваги, такі, як: освоєння нових ринків, збільшення дохідності організації, зменшення рівня ризику ведення бізнесу, отримання конкурентних переваг та інші.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Формування ринкових відносин в економіці України зумовлює ускладнення економічних зв'язків та створення нових організаційно-управлінських структур. Холдинги, фінансово-промислові групи, банки все частіше вибирають для свого росту придбання чи створення нових компаній. Інтеграція одних компаній з іншими відбувається не тільки в горизонтальному, але і у вертикальному напрямку, стираючи тим самим кордони між ринками та галузями. Особливе зацікавлення компанії-покупці проявляють до фінансового ринку, зокрема до страхового. На нашу думку, поряд з впливом конкуренції і економічними змінами, на прийняття рішення щодо інтеграції із страховиком найбільше впливає можливість отримання ефектів синергії. Результатом досліджень стало виділення та аналіз основних видів синергетичних ефектів та розроблення етапів діяльності компанії при диверсифікації портфеля за рахунок залучення нового активу.

Вихід України на світовий ринок, зокрема фінансовий, вимагає від суб'єктів вітчизняного страхового бізнесу урахування та практичного застосування зарубіжного досвіду інтеграційних процесів на страховому ринку. Особливо актуальними, на нашу думку, є аналіз перспектив та переваг інтеграції для всіх її учасників та оцінка ефективності інтеграційного процесу для вітчизняних та зарубіжних суб'єктів страхового ринку. Актуальним та перспективним є сьогодні також дослідження інвестиційних потоків на вітчизняному страховому ринку. Саме вони відображають інтерес стратегів до діяльності страховиків і дають змогу спрогнозувати найсприятливіші напрямки розвитку ринку страхування у майбутньому.

1. Задарей Н. Всепоглинаюче зростання // *Контракти*. № 11 від 14.03.2005. – С. 18–19.
2. Шкарпова О. Великими ковтками // *Контракти*. № 16 від 17.04.2006. – С. 12–16.
3. Солодкий М. Злиття з успіхом // *Контракти* № 25 від 20.06.2005. – С. 25.
4. Фурман В. Перспективи створення альянсів страхових компаній і банків України // *Вісник НБУ* 04/2005 // с.20-22.
5. Задарей Н. Універсализація кредиторів // *Контракти* №1-2 2005 // 24–28.
6. Лошкарьова О. Система кредитної і фінансової підтримки сільськогосподарських підприємств України // *Фінанси України* №5 2005 // С. 94–100.
7. Телешун С. Хроніка становлення українських фінансово-промислових груп // 2004. – Житомир. – 95 с.
8. Корнілов О. Бізнес шлюб за розрахунком // *Контракти*. – №27 від 05.07.2004. – С. 44–45.
9. Лучук І. Изобрести велосипед // *Компаньон* №8. – 2006. – С. 15–17.
10. Гошовська О.В. Стратегічне управління підприємств на синергетичних засадах // *Автореферат*. – 2002. – 20 с.
11. Курдина Е. Кормушка для роста // *Компаньон* №8. – 2006. – С. 22–25.
12. Иванов П. Трудовые

резервы // Компаньон №8. – 2006. – С. 26–28. 13. Рудой А. Цена из неоткуда // Компаньон №8. – 2006. – С. 18–21. 14. Кузьмінський В.О. Теоретичні основи інтеграції капіталів // Фінанси України. – №2. – 2003. С. 124–131. 15. Дьоміна О. Шлюбний період українських компаній // Контракти. – № 9 від 01.03.2004. – С. 50–51. 16. Шкарпова О. Життя після поглинання // Контракти №16 від 17.04.2006. – С. 18–20.

УДК 338.45

З.С. Люльчак, С.С. Тригобюк, Л.І. Сопільник
Національний університет “Львівська політехніка”

ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

© Люльчак З.С., Тригобюк С.С., Сопільник Л.І., 2007

Впорядковано категорійний апарат у сфері послуг, запропоновано класифікацію послуг відповідно до специфіки виду діяльності. Обґрунтовано напрямки впровадження концепції маркетингу у діяльність підприємств сфери послуг. Визначено критерії сегментування ринку житлово-комунальних послуг України.

In the article well-organized vehicle in the field of services, classification of services is offered according to the specific of type of activity. Grounded directions of introduction of marketing conception in activity of enterprises of sphere of services. Certainly criteria of segmentation of market of services of Ukraine.

Постановка проблеми. Сьогодні сфера послуг є однією з найдинамічніших галузей економіки, яка охоплює освітні та медичні установи, комунальне господарство, страхування, торгівлю, туризм, готельний комплекс, природоохоронні та рекреаційні послуги, харчування, перукарські та дизайнерські послуги, транспорт, шоу-бізнес тощо. У промислово розвинутих країнах спостерігається тенденція до зростання питомої ваги послуг у структурі ВВП (табл. 1).

Таблиця 1

Структура ВВП країн світу у 1995, 2003 роках

| Країна | Структура ВВП | | | | | | | | | | | |
|-------------|-------------------------------------|---------------|------------------------------|---------------|---------|---------------|-------------------------------------|---------------|------------------------------|---------------|---------|---------------|
| | 1995 | | | | | | 2003 | | | | | |
| | Сільське господарство та рибальство | | Промисловість та будівництво | | Послуги | | Сільське господарство та рибальство | | Промисловість та будівництво | | Послуги | |
| | % | млрд. дол США | % | млрд. дол США | % | млрд. дол США | % | млрд. дол США | % | млрд. дол США | % | млрд. дол США |
| Австрія | 2,5 | 5,88 | 30,8 | 72,44 | 66,7 | 156,8 | 2,3 | 5,82 | 30,4 | 76,94 | 67,3 | 170,3 |
| Німеччина | 1,3 | 31,96 | 32,1 | 789,1 | 66,6 | 1673,2 | 1,1 | 26,43 | 28,9 | 694,5 | 70,0 | 1682,2 |
| Польща | 6,4 | 8,69 | 36,8 | 50,01 | 56,8 | 77,19 | 3,1 | 6,49 | 30,3 | 63,5 | 66,6 | 139,59 |
| В. Британія | 1,8 | 20,42 | 30,9 | 350,7 | 62,4 | 708,12 | 3,7 | 66,41 | 30,7 | 551,01 | 65,6 | 1177,5 |
| Росія | 7,2 | 24,81 | 38,7 | 133,39 | 54,1 | 186,48 | 7,0 | 24,25 | 37,9 | 131,32 | 55,1 | 190,92 |
| Україна | 15 | 12,01 | 43,5 | 34,84 | 41,5 | 33,24 | 16,8 | 6,97 | 36,8 | 15,27 | 46,4 | 19,26 |
| Разом | - | 103,77 | - | 1430,5 | - | 2835 | - | 136,37 | - | 380,64 | - | 3379,8 |

* Власне опрацювання на підставі [1]