

7. Керженцев П. М. Принципы организации: Избр. произв. — М.: Экономика, 1968. — 464 с.
8. Либерман В. М. Методика организационного проектирования в аппарате управления // Управление производством: Актуал. вопр. — М.: МДНТП, 1968. — С. 85—95.
9. Galbraith J. R. Designing complex organizations / Reading, Mass.: Addison-Wesley Pub. Co, 1973. — 150 pp.
10. Джонс Дж. К. Методы проектирования: Пер. с англ. — М.: Мир, 1986. — 326 с.
11. Беляев А. А., Коротков Э. М. Системология организации: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 182 с.
12. Пузыревский Л. С. Основы организационного проектирования. — Л.: ЛГУ, 1975. — 132 с.
13. Воронин С. И. Организационное проектирование: Учеб. пособие. — Воронеж: ВГТУ, 2001. 105 с.

Надійшла до редакції: 29.01.2008

УДК 658.11

Т. В. Омеляненко, канд. екон. наук, доц., докторант,
О. С. Останкова, асист.,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

СОФТВЕРНЕ ПІДПРИЄМСТВО: КЛЮЧОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, РОЛЬ ТА МІСЦЕ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Розкрито сутність інформатизації як сукупності процесів створення індустрії виробництва й обробки інформації. За видами діяльності розглянуто склад інформаційного сектору економіки. Запропоновано авторську версію трактування поняття «програмний продукт». Виділено ключові характеристики софтверного підприємства. Виокремлено основні аспекти трансформації виробничого середовища підприємства під впливом інформатизації. Диференційовано виробничі стратегії, застосовувані софтверними підприємствами. Визначено роль та місце софтверних підприємств в інформаційній економіці.

Ключові слова: інформатизація, інформаційний сектор економіки, програмний продукт, підприємство — розробник програмних продуктів, софтверне підприємство, виробниче середовище софтверного підприємства, виробничі стратегії софтверних підприємств.

Глобалізація та інформатизація всіх сфер людської життєдіяльності активізували процеси формування інформаційної економіки. Значний внесок у створення світоглядних підвалин переходу суспільства до постіндустріальної стадії розвитку здійснено видатними вченими Р. Абдеевим, Д. Беллом, М. Кастельсом, Ф. Махлупом, П. Страссманом, Д. Трапскоттом та ін. Базові теоретико-методологічні положення досліджувалися такими українськими й російськими вченими, як Л. С. Винарик, А. П. Єршов, Г. В. Жаворонкова, І. С. Мелюхін, Л. Д. Рейман, Л. І. Федулова, О. Ю. Чубукова та багатьма іншими. Прикладні аспекти забезпечення успішного функціонування підприємств в умовах інформаційної економіки знайшли відображення в роботах І. Дюхейма, Ф. Кайрнкросс, Р. Камрасса та М. Фарнкомба, П. ЛаБарра, М. Портера та ін.

Незважаючи на наявність численних наукових і прикладних розробок, деякі специфічні аспекти, пов'язані з особливостями функціонування так званих *софтверних підприємств* (підприємств — розробників програмних продуктів) в умовах формування інформаційної економіки, залишаються вивченими лише фрагментарно, що й окреслило сферу дослідження.

Авторами статті поставлено і вирішено наступні завдання:

- розкрито сутність інформатизації як сукупності процесів створення індустрії виробництва й обробки інформації; виділено ознаки інформатизації;

- з позицій вузького та широкого підходів розглянуто склад видів суспільно-економічної діяльності, що утворюють інформаційний сектор економіки;
- запропоновано авторську версію трактування поняття «програмний продукт» та виділено ключові характеристики підприємства — розробника програмних продуктів (так званого софтверного підприємства);
- показано, що виробниче середовище софтверного підприємства значно відрізняється від середовища, властивого типовому підприємству індустріальної стадії розвитку; виокремлено основні аспекти трансформації виробничого середовища;
- диференційовано виробничі стратегії, застосовувані софтверними підприємствами;
- визначено роль та місце софтверних підприємств в інформаційній економіці.

Термін «інформатизація» у вітчизняній науковій лексиці утвердився на початку 80-х рр. XX ст. у зв'язку зі зростанням необхідності використання засобів інформатики для формування, зберігання і використання різних видів економічно, політично, культурно та соціально значущої інформації. Академіком А. П. Єршовим було запропоноване таке визначення цього поняття: «...комплекс засобів, що спрямовуються на забезпечення повного використання певного, вичерпного і своєчасного знання з усіх суспільно значущих видів людської діяльності» [1, с. 45]. При цьому підкреслювалося, що на сьогодні інформація стає *стратегічним ресурсом* суспільства, значною мірою зумовлюючи успішність його розвитку. У той же час процес інформатизації являє собою важливий етап інтелектуального розвитку суспільства, на якому відбувається «... філософське та конкретно-наукове усвідомлення ролі інформації у природних та соціальних процесах» [1, с. 62]. Наголошено було також на тому, що інформатизація — це «... загальний і неминучий період розвитку людської цивілізації, період освоєння інформаційної картини світу, усвідомлення єдності законів функціонування інформації у природі і суспільстві, практичного їхнього застосування, *створення індустрії виробництва й обробки інформації*» [1, с. 70].

Інформатизації притаманні такі ознаки (за Л. Д. Рейманом [2, с. 40—41]):

- інформація стає найбільшою цінністю, головним продуктом виробництва і основним товаром сучасного суспільства; виробник інформації може продавати її багаторазово, не втрачаючи при цьому права власності на неї;
- вища влада в суспільстві буде поступово переходити і вже переходить до інформаційної еліти — до тих, хто створює інформацію, та тих, хто вмiє ефективно її використовувати;
- частка працездатного населення, яке докладає своїх зусиль у сферах обслуговування та інформаційної діяльності, буде зростати все більшими темпами;
- радикальним змінам піддаються культура, система соціальних зв'язків, рідинно-побутових відносин, організація влади тощо.

Наслідком тотальної інформатизації стало формування *інформаційного сектору економіки*, що вважають основним індикатором переходу суспільства до постіндустріальної фази розвитку.

Поняття «інформаційний сектор економіки» нарізно тлумачиться на сьогодні як науковцями, так і практиками. Конфігурацію складу видів суспільно-економічної діяльності, що утворюють інформаційний сектор, дехто визначає виходячи з найширшого з можливих охоплення, інші — на базі вузького підходу. Сутність цих підходів така:

- згідно *широкого підходу до складу інформаційного сектору економіки* входять такі підсектори, як *науково-технічний* (патентно-ліцензійна діяльність, інформаційно-довідкове обслуговування діяльності різних галузей економіки, переклади та аналітика, науково-методичні розробки, бібліотечно-бібліографічна діяльність, освіта тощо), *технологічний* (виробництво комп'ютерної техніки, розробка програмної продукції, телекомунікації, зв'язок тощо) та *видавничий* (кіно-, відео-, слайд- і діафільмові продукція, книжки і періодичні видання, копії документів і репрографія тощо) [3—6 та ін.];

• згідно *вужького підходу* інформаційний сектор включає лише діяльність, пов'язану з науковими пошуками, впровадженням і розвитком *інформаційно-комунікаційних технологій* [7—10 та ін.].

Співставлення цих підходів показує, що вони не суперечать один одному, оскільки звужене трактування охоплює ні що інше, як технологічний підсектор, який за розширеного трактування виділено поряд із науково-технічним та видавничим.

Грунтуючись на технологічному підході (звужене трактування) діяльнісний зміст інформаційного сектору можна конкретизувати наступним чином:

- розробка, продаж, впровадження й обслуговування програмних продуктів;
- розробка, виробництво, продаж й обслуговування електронно-цифрового обладнання;
- надання телекомунікаційних послуг;
- інформаційне забезпечення суспільної діяльності, що реалізується за допомогою засобів обчислювальної техніки та мережі Інтернет;
- науково-дослідні та конструкторські роботи перспективного спрямування у сфері інформаційно-комунікаційних технологій.

З цього переліку видно, що розробка, продаж, впровадження і обслуговування програмних продуктів посідає одне з найвизначальніших місць у інформаційному секторі економіки. У зв'язку з цим постає необхідність конкретизації таких питань:

- Що являє собою програмний продукт?
- Що являє собою підприємство — розробник програмних продуктів?

Єдине загальновизнане тлумачення терміну *«програмний продукт»* на сьогодні відсутнє. Аналіз інформаційних джерел [11—13 та ін.] показав, що домінуючим є погляд, згідно якого програмний продукт трактується як спеціально упакований і оформлений для комерційного продажу, прокату, надання в оренду або лізинг інтелектуальний продукт, що реалізує вирішення завдань, необхідних безпосередньому користувачеві обчислювальної техніки для виконання його функціональних обов'язків.

Проте, на наш погляд, такий акцент на призначенні програмного продукту — «для виконання його (безпосереднього користувача) функціональних обов'язків» суттєво звужує змістове наповнення категорії «програмний продукт», оскільки поза увагою лишаються послуги з розробки спеціалізованого програмного забезпечення, призначеного для задоволення індивідуальних споживацьких потреб. Виходячи з цього пропонується під *програмним продуктом* розуміти комп'ютерну програму (чи їх набір, комплекс, систему), а також пов'язані з нею процедури, роботи, документи та дані, що передаються споживачеві (яким є користувач комп'ютерної техніки) на оплатній чи безоплатній основі як інструмент задоволення його специфічних запитів бізнесового та небізнесового характеру. Зауважимо, що термін «продукт» у даному випадку використовується свідомо і правомірно, оскільки хоча деякі з результатів інтелектуальної діяльності можуть розповсюджуватись безоплатно, але виготовлюються вони свідомо для задоволення потреб зовнішніх споживачів.

Розробка програмних продуктів здійснюється *софтверними¹ підприємствами*, ключовими характеристиками яких є такі: кінцевим результатом діяльності підприємства є *інтелектуальний продукт*, представлений у інформаційній формі; *інформація* є основним предметом праці; перетворення предмета праці на кінцевий продукт здійснюється за допомогою таких засобів праці, як *інформаційно-комунікаційні технології та електронно-обчислювальна техніка*; праці притаманний не фізичний, а *інтелектуальний* характер.

Ці ключові характеристики засвідчують принципову відмінність підприємства-виробника програмних продуктів (одного з типових представників підприємств постіндустріальної економіки) від традиційного промислового підприємства.

¹ Від англійського *software* — програмне забезпечення.

Але це далеко не всі зміни, оскільки сутнісно трансформується й *виробниче середовище* підприємства.

По-перше, відбуваються зміни у *превалюванні визначальних для підприємства факторів виробництва*. Протягом тривалого періоду індустріального розвитку прийнято було вирізняти чотири групи факторів виробництва — земля, праця, капітал та підприємницький талант. Перехід до постіндустріальної фази супроводжувався визнанням *інформації* за ще один фактор виробництва, який є визначальним для *інформаційного виробництва*, яке власне і здійснюється софтверним підприємством.

По-друге, докорінним чином змінюється *характер концентрації факторів виробництва*: так, якщо традиційному промислому підприємству властива просторова концентрація факторів виробництва, то софтверному підприємству завдяки віртуалізації (перенесенню здійснення значної частини технологічних операцій у мережу Інтернет) властива часова концентрація факторів виробництва з частковою або повною елімінацією просторової. Значна частина операцій інформаційного виробництва може здійснюватися територіально віддаленими один від одного виконавцями; працівники віртуального підприємства можуть виконувати свої функціональні обов'язки в режимі реального часу, живучи й працюючи при цьому у різних районах одного міста, або у різних регіонах держави, чи різних державах або ж навіть континентах [14, с. 174—175].

По-третє, зміна характеру концентрації факторів виробництва призводить до трансформацій *трудового осередку* підприємства, який з централізованого колективного перетворюється на децентралізований, тобто на середовище, що складається з робочих місць, розосереджених у просторі, але об'єднаних у часі виконанням спільної роботи. У зв'язку з цим надзвичайно зростає значення інструментального забезпечення координації дій співвиконавців. При цьому втрачає своє значення властивий традиційному підприємству директивно встановлюваний жорсткий режим його роботи (регламентований термін початку та завершення зміни, тривалість перерв на відпочинок та особисті потреби працівників тощо). Працівники, задіяні в інформаційному виробництві, набувають значно більшої свободи відносно прийняття рішень щодо того, як і коли в межах визначених термінів виконувати поставлені перед ними завдання. Цим зумовлюється необхідність встановлення між ними постійно діючих комунікаційних зв'язків, що забезпечується, зокрема, завдяки електронній пошті, онлайн-овому веб-портальному доступу до єдиної інформаційної бази даних про операційний процес тощо.

Виробничі стратегії, застосовувані софтверними підприємствами, певною мірою можуть бути співставленими з виробничими стратегіями традиційних промислових підприємств. За певним аналогом класичної *стратегії масового виробництва* діють софтверні підприємства, що розробляють програмні продукти, призначені для застосування у цифровій техніці, яка виробляється у масових масштабах для задоволення потреб широких кіл споживачів. Це, зокрема, така цифрова техніка, як персональні комп'ютери, мобільні телефони, фотоапарати, MP3-програвачі, диктофони, ноутбуки, а в останні часи — ще й пральні машини, холодильники, телевізори тощо. Програмні рішення, що розробляються софтверними підприємствами для виробників цифрової техніки масового вжитку, не потребують (та, найголовніше, не передбачають) внесення жодних змін та доповнень; фактично це стандартний продукт масового вжитку. До таких виробників, наприклад, відноситься американська компанія «Microsoft Corporation» з програмними продуктами *Microsoft Office* та *Windows Vista* [15], що є лідерами продажів 2007 року у світовій сфері програмного забезпечення [16]; українське підприємство-розробник комп'ютерних ігор «Abyss Lights Studio» [17] та багато інших компаній.

Також на задоволення потреб масових ринків працюють софтверні підприємства, що виробляють програмні рішення, які передбачають можливості часткових доопрацювань та адаптацій до реалій запитів та специфіки функціонування підпри-

ємств-замовників. Вони створюють програмні продукти, що мають базову конфігурацію, яка в процесі інсталяції адаптується під індивідуальні потреби замовника. До найбільш знаних програм цього типу відноситься, наприклад, *1С: Бухгалтерія*. Розробником її програмного ядра та правовласником торгової марки є російська компанія «1С», проте правом інсталювання та доопрацювання програми володіють більше, ніж 10 000 підприємств різних країн СНД [18]. Цю виробничо-продуктову стратегію софтверних підприємств можна умовно ототожнити зі *стратегією масового виробництва на замовлення*, яка в останнє десятиліття набуває все більш широкого розповсюдження у сфері промислового виробництва.

Не можна стверджувати з абсолютною впевненістю, що стратегії обслуговування масових ринків (з виробництвом стандартного чи індивідуалізованого програмного продукту) є домінуючими, але показовим є той факт, що на сьогодні 35 % світового ринку програмного забезпечення, зорієнтованого на задоволення масових потреб, контролює всього-на-всього шість знаних усіма компаній — «Microsoft Corporation», «International Business Machines», «Oracle Corporation», «Systems, Applications and Products in Data Processing» і «Adobe Systems Inc.» [19].

Достатньо велика (а в Україні — переважаюча) кількість софтверних підприємств працює в межах стратегії *одиночного (штучного) виробництва* індивідуалізованих програмних продуктів, призначених для задоволення специфічних запитів кожного з замовників, коли програмне рішення створюється на індивідуальне замовлення клієнта за принципом: «Чого забажаєте, те й зробимо». Такими програмними рішеннями є, наприклад, програми обробки даних для космічного супутника (розробник — державне конструкторське бюро «Південне» (м. Дніпропетровськ) [20]), програми управління літаками, ракетними комплексами й атомними підводними човнами (розробник — державне конструкторське бюро «Луч» (м. Київ)) тощо.

Хоча комп'ютерне програмування є відносно «молодим» видом діяльності, але за останнє десятиліття софтверні підприємства посіли гідне місце в економіках розвинених країн. Зробити такий висновок дають підстави дані про кількість зайнятих, задіяних у сфері розробки програмного забезпечення.

Так, згідно інформації Бюро трудової статистики Державного департаменту праці США, станом на кінець травня 2006 р. на теренах цієї держави працювало 435 тисяч штатних дипломованих спеціалістів у галузі комп'ютерного програмування [21], з яких 17 тисяч — приватні підприємці. European Statistical Governance Advisory Board (ESGAB) — підрозділ Єврокомісії, який відповідає за збір і систематизацію статистичних даних країн Європейського Союзу — стверджує, що наприкінці 2006 р. у країнах Євросоюзу у сфері комп'ютерного програмування та адміністрування баз даних було задіяно не менше, ніж 5,56 % всього працюючого населення [22]. В Індії, яка є загальноновизнаним світовим лідером у сфері офшорного комп'ютерного програмування, налічується більше 1,5 мільйона фахівців з комп'ютерного програмування [23].

Що ж стосується України, то будь-яка офіційна статистика зайнятості у сфері комп'ютерного програмування, на жаль, відсутня. Експертні ж дані вельми суперечливі: лунають цифри від 3 до 20—25 тисяч осіб [24]. Проте, непрямі факти, такі, наприклад, як результати досліджень авторитетного рекрутингового он-лайн агентства «Headhunter», свідчать про надзвичайно високий попит на фахівців з комп'ютерного програмування з боку роботодавців. За відомостями цього агентства приблизно 20 % вакансій, розміщених на спеціалізованих українських сайтах з пошуку роботи, — це вакансії для спеціалістів у сферах інформаційних технологій, інтернет-розробок і телекомунікацій; при цьому за кількістю пропозицій впевнено лідирує спеціалізація «Програмування/розробка» [25].

Софтверні підприємства посідають *ключове місце* в інформаційному секторі економіки, забезпечуючи усталеність функціонування усієї його платформи, створеної підприємствами, що здійснюють таку тріаду видів суспільно-економічної

діяльності, як «виробництво електронно-цифрового обладнання — розробка програмного забезпечення — надання телекомунікаційних послуг».

Софтверні підприємства відіграють також *значну роль* у формуванні ланцюга цінності їх клієнтів, якими є підприємства інших секторів економіки — видобувні, переробні, сервісні — забезпечуючи високий рівень якості їх роботи в умовах інформаційної економіки. Більше того, завдяки вкрай широкому застосуванню ІТ-аутсорсингу софтверні підприємства почасти стають невід’ємними складовими частинами виробничих підприємств — видобувних, переробних сервісних — спричинюючи позитивний вплив на успішність їх поточного ринкового функціонування, довгострокову ефективність та потенціал розвитку.

Враховуючи невідворотний характер змін, що відбуваються під впливом поширення інформаційно-комунікаційних технологій, подальші дослідження закономірностей та специфічних особливостей становлення й функціонування софтверних підприємств, що входять до групи ключових підприємств, утворюючих базис інформаційної економіки, відноситься до одного з *пріоритетних напрямів подальших досліджень* як безпосередньо авторів цієї статті, так і численних науковців та практиків, які спеціалізуються у релевантній предметній галузі.

Література

1. Інформаційне суспільство. Шлях України. Бібліотека інформаційного суспільства. — К.: Фонд «Інформаційне суспільство України», 2004. — 289 с.
2. Рейман Л. Д. Теория и практика функционирования инфо-коммуникационных рынков. — М.: ОЛМА-пресс, 2002. — 216 с.
3. Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации. — М.: ВЛАДОС, 1994. — 336 с.
4. Винарик Л. С., Щедрин А. Н., Васильева Н. Ф. Информационная экономика: становление, развитие, проблемы. — Донецк: Институт экономики промышленности НАН Украины, 2002. — 312 с.
5. Корюкова А. А. Информационный рынок: продукция, услуги, цены и ценообразование. — М.: Коринф, 1992. — 108 с.
6. Родионов И. И. Основные характеристики рынка информационных услуг развитых капиталистических стран. — М.: Коринф, 1990. — 456 с.
7. Васильченко Р. П. Проблемы формирования и управления рынком информационных услуг в трансформируемой экономике. — СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов, 2000. — 20 с.
8. Жаворонкова Г. В. Інформаційне підприємництво: інновації, консалтинг, маркетинг. — К.: НАУ, 2003. — 366 с.
9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. / Под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
10. Махлун Ф. Производство и распространение знаний в США: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1996. — 462 с.
11. Evans B. The enterprise software company of the 21-th century // Software Business Magazine. — 2004. — March/April — Режим доступу: <http://www.softwarebusinessonline.com/images/symphony%20reprint.pdf>. — Заголовок з екрану.
12. Paulk M., Curtis B., Chrissis M., Weber C. The Capability Maturity Model for Software. Technical report. — 1993. — Режим доступу: <http://www.sei.cmu.edu/publications/documents/93.reports/93.tr.024.html>. — Заголовок з екрану.
13. Sallinen S. Development of industrial software supplier firms in the ICT cluster. The Marketing department of OULU University's white paper. — 2002. — Режим доступу: <http://herkules oulu.fi/isbn9514267095>. — Заголовок з екрану.
14. Мельник Л. Г. Информационная экономика. — Сумы: ИТД «Университетская книга», 2003. — 288 с.
15. Сайт: «Microsoft Corporation». — Режим доступу: <http://www.microsoft.com>. — Заголовок з екрану.

16. Названы лидеры продаж программного обеспечения в 2007 году. — 2007. — Режим доступа: <http://korrespondent.net/tech/217529>. — Заголовок з екрану.
17. Кузин А. КРИ-2006: игровая индустрия на подъеме. — 2006. — Режим доступа: http://www.3dnews.ru/news/kri_2006_igrovaya_industriya_na_podshme/. — Заголовок з екрану.
18. Сайт: Закрите акціонерне товариство «ІС». — Режим доступа: <http://www.1c.ru/rus/firm1c/firm1c.htm>. — Заголовок з екрану.
19. Бережанський А. Велика шістка // Контракти. — № 24. — С. 33—35.
20. Сайт: Державне конструкторське бюро «Південне». — Режим доступа: <http://www.yuzhnoye.com>. — Заголовок з екрану.
21. U.S. Department of Labor Bureau of Labor Statistics: Computer Programmers. - 2006. - Режим доступа: <http://stats.bls.gov/oco/ocos110.htm>. — Заголовок з екрану.
22. Science And Technology. Human resources: Employment in knowledge-intensive service sectors. — 2006. — Режим доступа: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=0&language=en&pcode=esa26896>. — Заголовок з екрану.
23. Владислав Глумсков. В Индии некому работать // Эксперт. Казахстан. — 2006. — № 43 (99). — Режим доступа до електронної версії журн.: http://www.expert.ru/printissues/kazakhstan/2006/43/v_indii_nekomu_rabotat/.
24. Владислав Колесник. Украинский софт в мире // Остров свободы. — 2005. — № 21. — Режим доступа до електронної версії журн.: <http://ostrov.zp.ua/nomer21-ekonomika-ukrainskiy-soft-v-mire.html>.
25. Тенденции рынка труда в сфере информационных технологий. — 2007. — Режим доступа: <http://headhunter.com.ua/cms/fileManager/getFile.do?id=685042>. — Заголовок з екрану.
26. Останкова О. С. Організаційно-управлінські аспекти становлення та функціонування інформаційно-технологічних підприємств (за матеріалами підприємств-розробників програмних продуктів) Автореферат дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук за спец. 08.00.04 — Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). — К.: КНЕУ, 2007. — 20 с.

Надійшла до редакції: 27.12.2007

УДК: 658.8.02

О. В. Данніков, канд. екон. наук, доц.,
О. В. Кирилова, аспірантка,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ПОСЛУГ

У статті розглядаються методологічні та практичні проблеми впровадження маркетингу в сфері послуг. Висвітлюються питання специфіки надання послуг у різних сферах їх споживання.

Ключові слова: маркетинг послуг, продукт, товар, послуга, обслуговування, попит, позиція.

У зв'язку з переходом економіки України до ринкових принципів господарювання сфера послуг стає, мабуть, єдиним сектором економіки, що в умовах десятирічної структурної перебудови нарощує обсяги виробництва в порівняних цінах. Це пояснюється тим, що багато послуг, які раніше надавалися споживачам безкоштовно або за символічну плату (тобто фінансувалися з бюджету), стали платними. Маються на увазі освіта, охорона здоров'я, спортивні послуги, послуги радіо, телебачення тощо. Крім скорочення державного фінансування, сама трансформація економіки викликала до життя появу багатьох нових видів послуг (фінансово-кредитних і консалтингових, аудиторських, біржових, брокерських, трастових та ін.). У результаті цього посилилася конкуренція між підприємствами сфери послуг.