

### Послуги в національній економіці: економічний зміст, суть, класифікація

Сфера послуг сьогодні — це одна з найперспективніших галузей економіки, яка швидко розвивається. Вона охоплює торгівлю і транспорт, фінанси і страхування, комунальне господарство, освітні та медичні установи, шоу-бізнес тощо. Практично всі організації тією або іншою мірою надають послуги. Однак протягом багатьох років послугам не приділялось достатньої уваги в прикладній економіці, про що свідчить відсутність науково-методичних і монографічних досліджень та публікацій.

Актуальність та важливість цього сектора економіки пояснюється тим, що останні роки визначаються значним збільшенням масштабів торгівлі послугами, в тому числі й міжнародної, незважаючи на збереження всіх національних бар'єрів, що існували раніше. Відповідно до даних офіційної статистики, за останні десять років обсяг міжнародної торгівлі послугами збільшився в шість разів і склав 600 млрд. дол. Частка послуг у світовому товарообігу досягла 19%. Якщо додати сюди прибутки, що інвестуються та заробітну плату, яку одержують іноземні громадяни, то цифра збільшиться до 33%. При цьому експорт послуг протягом останніх років збільшувався на 18,7% швидше світового ВВП. Відповідно до оцінки експертів МВФ, у середині 90-х років обмін послугами досяг 960 млрд. дол. і склав 1/3 світового товарообігу. При цьому темпи росту торгівлі послугами удвічі перевищили темпи росту товарообігу [9].

Цей феномен можна пов'язати з дією наступних чинників. По-перше, революційні технологічні зміни в засобах зв'язку і на транспорті перетворили на товари цілий ряд так званих не факторних послуг. Різне зниження транспортних витрат збільшило ступінь мобільності виробників і споживачів послуг, застосування нових засобів супутникового зв'язку і відеотехніки дало можливість взагалі відмовитися від особистого контакту продавця і покупця послуги. По-друге, прискорення темпів технологічного прогресу в області телекомунікацій і інформатики призвело до появи нових форм торгівлі послугами. Йдеться про комерційний обмін інформацією, у якому або бази даних стають об'єктом торгівлі, або фірма в такий спосіб підтримує контакт із своїми закордонними філіями. По-третє, технологічний прогрес дав змогу збільшити попит на ті види послуг, що і раніше мали товарну форму. Це стосується фінансових послуг, послуг банків і страхових фірм. Застосування сучасних технологій у цій галузі дає змогу значно розширити коло клієнтів фінансових закладів і збільшити спектр наданих ними послуг.

Форсований розвиток сфери послуг є неодмінною умовою успішного завершення структурної перебудови як світового, так і вітчизняного господарства. Іноді в літературі здійснювані перетворення порівнюють за ступенем радикальності з індустріальною революцією минулого. У ході нової економічної революції в результаті масового впровадження

комп'ютерів, промислових роботів і цілком автоматизованих систем проектування і керування виробництвом потреби промисловості в живій праці знижуються, робоча сила, що вивільняється, «переливається» у сферу послуг. Одночасно ускладнюється економічна організація виробництва, зростають вимоги до якості робочої сили, що створює додатковий попит на послуги.

Поширеною є думка, що ріст частки сфери послуг в економіці пов'язаний із неминучою деіндустріалізацією розвинутих капіталістичних країн і трансформацією їх національних господарств у так звану «економіку послуг». Деякі вчені підтверджують, що втрата лідируючих позицій і порівняльних конкурентних переваг в основних промислових галузях, без сумніву, справить негативний вплив на показники економічного росту і рівень добробуту розвинутих капіталістичних країн. Неминучим є уповільнення темпів науково-технічного прогресу і спад продуктивності праці в усіх галузях матеріального виробництва, і тільки сфера послуг зможе розвиватися старими темпами, оскільки вона відносно не відчуває впровадження нових технологій і не має великого потенціалу росту продуктивності праці. І саме ця галузь економіки може стати в багатьох країнах одним із основних джерел надходжень капіталу.

Останнім часом це ускладнюється ще й тим, що поряд з традиційними для вітчизняної практики все більшого значення набувають і нові види послуг. Викладене викликає необхідність розглянути, перш за все, поняття послуг як економічної категорії, об'єкта вивчення, їх класифікації та групувань з метою систематизації їх характеристик.

Суть послуги можна розглядати з різних точок зору: . як вид діяльності; . як економічну категорію; . як сферу діяльності; . як грошовий потік, що відповідає результату діяльності.

Існує багато визначень поняття послуги. Спробуємо навести визначення, які характеризують сутність цього поняття, викладені в різних джерелах. У міжнародній методології обліку і статистики на даний час використовується визначення послуг, зафіксоване в довіднику «Лібералізація міжнародних операцій з послугами», розробленому ЮНКТАД і Світовим банком у середині 90-х рр.: «Послуги — зміна в стані інституціональної одиниці, що відбулася в результаті дій і на основі взаємної угоди з іншою інституціональною одиницею». Таке загальне й абстрактне визначення поняття послуги пояснюється їхньою надзвичайною різноманітністю. Адже тільки класифікація ГАТТ/ВТО включає більш 600 різновидів послуг. Ця класифікація послуг базується на Міжнародній стандартизованій промисловій класифікації, прийнятій Організацією Об'єднаних Націй і визнаній більшістю країн світу [6].

Як відомо, ГАТТ/ВТО — організації, що регулюють міжнародні економічні зв'язки, і відповідно до зазначеної класифікації послуги належать до неторгових товарів, тобто до товарів, що споживаються в тій же країні, де й виробляються, не переміщаючись між країнами. Тому очевидно, що різновидів послуг нараховуються тисячі, хоча ніде і не складено їх повного переліку.

Звичайно, можна навести й інші визначення послуги, більш прості і менш абстрактні. Так, Ф. Котлер визначає послуги як «будь-який захід або вигоду, що одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невловимі і не призводять до оволодіння будь-чим. Виробництво послуг може бути, а може і не бути пов'язане з товаром у його матеріальному вигляді». Можна сказати, що послуга — це «невидимий товар» або, як образно висловився журнал «Economist»: «Послуга — це те, що можна купити, але не можна впустити на ногу» [9].

Під послугами прийнято розуміти результати економічної діяльності, які не набувають матеріально-речової форми і задовільняють певні потреби - особисті, колективні, суспільні [2]. Послуги являють собою результат різномірної діяльності, що здійснюється виробником на замовлення споживачів, і, як правило, веде до зміни стану одиниць, які споживають ці послуги [4]. Послуга — такий вид праці, при якому виробництво корисного ефекту співпадає в часі з його споживанням. Послуга — вид діяльності, робіт, в процесі виконання яких не створюється новий матеріально-уречевлений продукт, який раніше не існував, але змінюється якість вже створеного продукту [8]. Крім того, послугу можна визначити як вид діяльності, який задовольняє певну людську потребу, може мати або не мати матеріальну форму, тісно пов'язаний з виробництвом товарів або повністю самостійно оформлений. Отже, можна стверджувати, що послуга - це вид діяльності, результатом якої є особливий продукт, який як правило не має матеріально-грошової форми, або матеріалізується в зміненому стані або якості об'єкту і який задовольняє потреби особистості, колективу, суспільства в цілому.

Для спрощення врахування послуг використовується їхня класифікація, що дає змогу віднести серію послуг одного виду до визначеної категорії і розрахувати відсоткове співвідношення цієї категорії в загальному обсязі послуг.

Послуги складають 6 груп (4-9 категорії офіційної класифікації товарів міжнародної торгівлі) [9]:

1. Комунальні послуги і будівництво;
2. Оптова і роздрібна торгівля, ресторани і готелі, туристичні бази і кемпінги;
3. Транспортування, збереження і зв'язок, фінансове посередництво;
4. Оборона та обов'язкові соціальні послуги;
5. Освіта, охорона здоров'я та суспільні роботи;
6. Інші комунальні, соціальні та особисті.

Статистика класифікує послуги наступним чином [7]:

за економічним змістом: нематеріальні (чисті) і матеріального характеру (послуги сфери обігу);

- за призначенням: виробничого і невиробничого призначення;
- за джерелами фінансування: платні, безплатні, а також ринкові та неринкові;
- за типами потреб: культурно-побутові, суспільні (охорона, управління, наука);

- за характером споживання: особисті, суспільні;
- за видами: побутові, транспортні, житлово-комунальні, туристично-екскурсійні та ін.;
- за суб'єктами, які надають послуги: послуги державних закладів, послуги підприємств різних форм власності, послуги фізичних осіб.

На сьогоднішній момент сферу послуг формують підприємства та їх підрозділи, які займаються наданням послуг, а також підрозділи підприємства інших галузей та видів діяльності, які надають послуги. Виходячи з цього можна дати наступне визначення сфери послуг: сфера послуг – це сукупність підприємств, організацій, установ та їх підрозділів, для яких надання послуг є основним або побічним видом діяльності.

Виділення сфери послуг як окремої економічної категорії пов'язано з розподілом суспільної праці на два види: виробництво товарів і виробництво послуг. Враховуючи окремі особливості складання системи національних рахунків, а саме: розгляд сукупності операцій з продуктами (товарами та послугами) шляхом взаємодії між інституційними одиницями (секторами), сферу послуг необхідно вивчати відповідну до функцій окремих секторів економіки.

Виробництво послуг забезпечується у всіх інституційних секторах економіки: нефінансових корпорацій; фінансових корпорацій; загальнодержавного управління; домашніх господарств; некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства.

Проблема зведеної характеристики діяльності сфери послуг пов'язана з великою їх різноманітністю, специфікою та різноаспектністю.

В загальному обсязі послуг можна виділити дві частини. Одна частина послуг призначена для виробничого споживання галузями сфер виробництва матеріальних благ та послуг. Друга частина послуг, що виробляються, призначена для кінцевого споживання домашніми господарствами, тобто для невиробничого споживання.

Специфіка послуг як продукції полягає в тому, що послуги не накопичуються, не транспортуються, не існують окремо від виробників, тобто вони споживаються в момент їх надання. Моменти виробництва та реалізації послуг збігаються у часі, якщо абстрагуватися від реального моменту оплати за послугу, який може не збігатися з моментом її надання, внаслідок чого виникає цілий ряд особливостей їх виробництва і маркетингу [5]. По-перше, послуги не підлягають збереженню, що дозволяє виробникам зводити свій оборотний капітал до мінімуму, тому що витрати на утримання складських приміщень, зберігання, охорону, закупівлю сировини тощо практично відсутні. У зв'язку з цим ринкова кон'юнктура не відчуває тиску товарних запасів: вона визначається відношенням попиту та пропозиції послуг. В свою чергу обсяг пропозиції залежить від економічного потенціалу видів діяльності сфери послуг. По-друге, на ринку послуг набагато гостріше постає проблема регулювання попиту і пропозиції, ніж на ринку інших товарів, тому що багато операцій у торгівлі пов'язані з торговельним

посередництвом і можливостями попереднього, завчасного виробництва і збереження товарів. По-третє, у багатьох випадках продаж послуг потребує підвищеної мобільності від продавця і покупця через те, що багато послуг базуються на безпосередньому контакті виробників і споживачів. Наприклад, вихід на ринки послуг інших регіонів потребує створення в цих регіонах філій виробника послуг.

У силу своєї природи послуги не мають гарантованих стандартів якості. Інакше кажучи, послугам властивий високий ступінь невизначеності або мінливості. Ця обставина ставить споживача послугу невигідне положення, тому що результат послуги, її корисний ефект він зможе оцінити лише після її надання; а виробникам у цих умовах складно здійснювати просування послуг. Ринок послуг є сукупністю відносин (соціально-економічних, матеріальних, фінансових), що виникають між виробниками цих послуг (продавцями) та їх споживачами (покупцями) в процесі купівлі-продажу послуг

Отже, в сучасних умовах ринок послуг займає провідне місце в процесах розвитку і трансформації ринку, викликаних глобалізацією. Він постійно і динамічно розвивається, створює робочі місця і приносить значні прибутки. Сфера послуг має всі передумови для подальшого розширення і вдосконалення. Ринок послуг заслуговує на увагу спеціалістів як перспективна галузь економіки, в тому числі й світової, інтенсифікація якої знаменує перехід суспільства на більш високий рівень розвитку. Збільшення масштабів торгівлі виробничими і фаховими послугами варто розглядати як одну з форм інтеграції різноманітних національних господарств.

#### Список використаної літератури

- 1.Игнатов В.Г., Батурин Л.А., и др. Экономика социальной сферы: Учебное пособие. –Ростов-на-Дону: Издательский центр “Мар Т”, 2001. –416с.
- 2.Мельник А.Ф. Організаційно-економічний механізм розвитку територіального комплексу послуг. –Тернопіль: “Збруч”, 1997. –250с.
- 3.Ягодка А.Г. Соціальна інфраструктура і політика. Навч. посібник. –К.: КНЕУ, 2000. –212с.
- 4.Хаксевер К., Рендер Б. И др. Управление и организация в сфере услуг. 2-е изд. –СПб.: Питер, 2002. –752с.
- 5.Майдебура Е.В. Маркетинг услуг. –Киев: ВИРА-Р, 2001. –274с.
- 6.Калачова І.В. Статистика послуг: концептуальні основи реформування. –Статистика України, 2001. -№4, ст.24-28.
- 7.Сидорова А.В. Комплексна оцінка розвитку сектора послуг на регіональному рівні. – Статистика України. - №1, 2002. ст.46-51.
9. Румянцев А.П., Коваленко Ю.О. Міжнародна торгівля послугами: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 112 с.