

УДК 338.46: 330.341.4

## ДО ПИТАННЯ ПРО ПРИРОДУ ТА КЛАСИФІКАЦІЮ ПОСЛУГ

Н. Клим

Львівського національного університету імені Івана Франка  
пр.Свободи, 18, м.Львів

*Роль сфери послуг у економічному зростанні сьогодні є очевидною і спонукає до більш детального її дослідження і вивчення. Оскільки ця сфера є недостатньо вивченою, слід надати особливої уваги з'ясуванню сутності самої послуги, її природи, основним відмінностям між нею і товаром, критеріїв класифікації послуг тощо.*

*Ключові слова:* благо, продукт, послуга, товар, матеріальні і нематеріальні послуги, матеріальне і нематеріальне виробництво, економічні і неекономічні блага

Сьогодні економісти все частіше для характеристики ступеня економічного розвитку суспільства вживають такі терміни, як “нова економіка”, “постіндустріальна економіка”, “сервісна економіка”, “економіка знань” тощо. Усі вони до певної міри відбивають той факт, що в сучасній економіці провідну роль відіграє сфера послуг, і зокрема сектор нематеріальних послуг.

Сектор нематеріальних послуг – це одна з найменш досліджених економічною теорією сфер економіки. Тому його розгляд слід починати з розробки теоретичних аспектів сутності, характеристики та чітких критеріїв структуризації послуг.

В економічній теорії продукт як результат економічної діяльності розглядають у двох формах – товару або послуги. Товар являє собою уречевлений продукт, або, іншими словами, матеріальну, фізичну форму продукту, тоді як послуга – нематеріальне уособлення продукту, результат певної економічної діяльності, здатної задовольняти нематеріальні потреби людства (освіта, культура, охорона здоров'я тощо).

Однак, у вітчизняній економічній літературі останнім часом усе частіше використовують поняття “благо”. Так, в одній з праць стверджується, що „послуга – це будь-яка діяльність або благо, які одна сторона може запропонувати іншій” [4, С.10]. На нашу думку, це не зовсім точне визначення, оскільки благом може бути і товар. В іншій праці під “благом” розуміється ширше поняття – все те, що може задовольняти потреби людей – товари і послуги, сили і явища природи” [1, С.89]. У цьому контексті товари і послуги відносять до категорії “економічні блага”, оскільки вони є результатом економічної діяльності людини (категорія “неекономічні (позаекономічні) блага” включає дармові дари природи) (рис.1 – за [1, С.90]). У довіднику “Лібералізація міжнародних операцій з послугами”, підготовленому Світовим банком та ЮНКТАД, наведено таке визначення: “Послуга – це зміна у становищі інституційної одиниці, яка відбулася внаслідок дій та за взаємною згодою з іншою інституційною одиницею” [3, С.155]. Це тлумачення послуги вже значно точніше, але воно далеко не висчерпує її сутнісні характеристики як економічного виду діяльності.

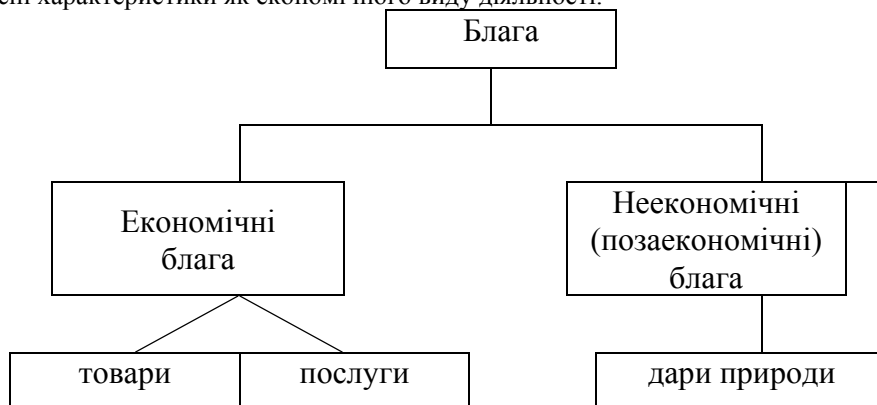


Рис.1. Види благ

Економісти, намагаючись з'ясувати суть послуги, у своїх працях подають визначення, що віддзеркалюють її різні аспекти. Усі тлумачення “послуги” зводяться до єдиного: вона являє собою щось невідчутне, не є товаром, невидима на око. Для розуміння сутності послуги необхідно зробити порівняльний аналіз її основних економічних і інших характеристик з характеристиками товару (матеріального блага), причому багато вчених акцентують увагу на процесі виробництва як основній відмінності між товаром і послугою.

Виробництво послуг має свої особливості. До ХХ ст. під поняттям “виробництво” розуміли лише продукування матеріально-речових продуктів. Послуги ж відносилися до так званої невиробничої сфери. К.Маркс визначав послугу як “...особливу споживчу вартість, яку надає праця, подібно до всякого іншого товару, але особлива ця споживча вартість носить назву “послуга”, тому що праця здійснює послуги не лише в якості речі, а в якості діяльності” [5, Т 25, 413].

Вважалося, що надання послуг не створює продукту, тобто не примножує національного багатства, а сама сфера послуг є непродуктивною. Німецький економіст ХІХ ст. Фрідріх Ліст писав: “На погляд політичної економії той, хто вирощує свиней – продуктивна сила суспільства, а хто виховує людей – непродуктивна. Лікар, який рятує життя пацієнтові, не належить до класу виробників, а аптечний хлопчик належить, хоча виготовлені ним пігулки існують лише кілька хвилин” [7, С.124].

Починаючи з ХХ ст. людство почало надавати все більшої вагомості сфері послуг у суспільному виробництві, збільшуючи щоразу попит на продукти цієї сфери. У ХХІ ст. сфера послуг виконує панівну роль у виробництві і примноженні національного багатства.

У структуру суспільного виробництва окрім матеріального включають і нематеріальне виробництво. Як показано на рис.2 до нематеріального виробництва відносять як нематеріальні послуги, так і нематеріальні блага. На наш погляд, ця структура потребує уточнення, оскільки незрозуміло, що мається на увазі під поняттям “нематеріальні блага”. Якщо автор під духовними благами розуміє, наприклад, релігійні, тоді їх доцільніше відносити до нематеріальних послуг. Коли ж до категорії “духовні блага” він відносить позаекономічні блага (наприклад, насолода дармовими благами природи – у випадку відпочинку на березі річки), тобто усе те, що люди духовно споживають, або коли вони користуються навколишнім середовищем, тоді цю категорію, на нашу думку, слід виключити з процесу виробництва, оскільки як таке в цьому випадку воно не відбувається. У будь-якому разі під нематеріальним виробництвом слід розуміти виробництво лише нематеріальних послуг.

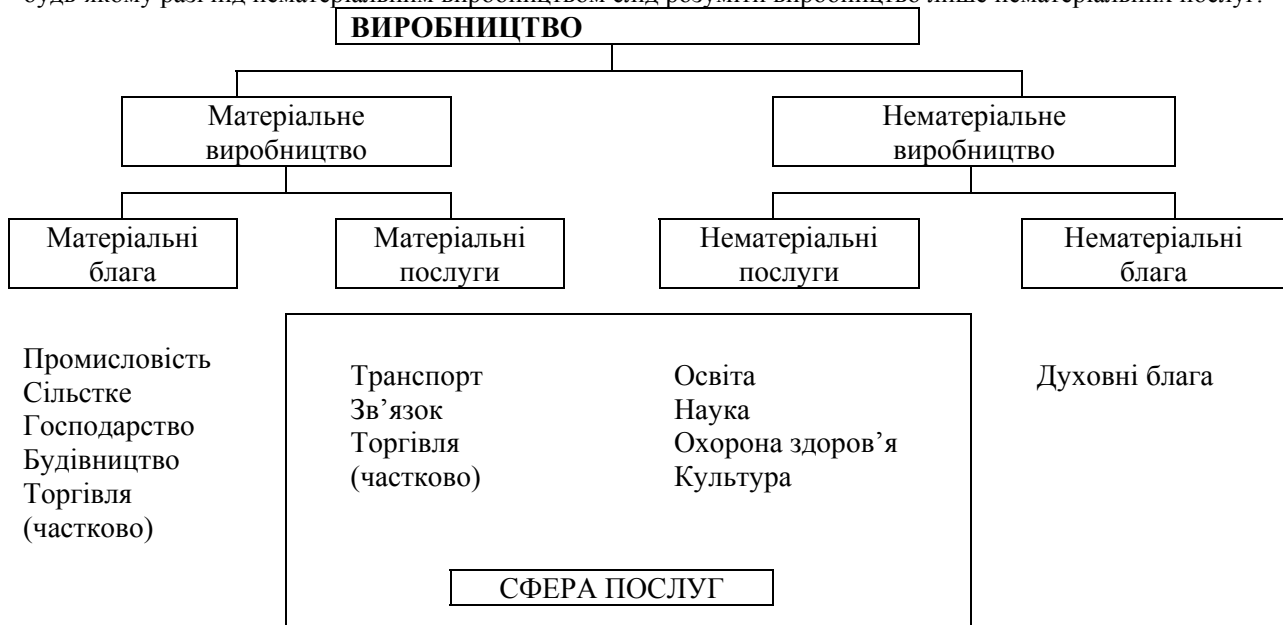


Рис.2. Структура сучасного виробництва [2, С.62]

Розглядаючи засоби, що задовольняють потреби людей, зауважимо, що матеріальні потреби задовольняються за допомогою товарів, а нематеріальні потреби – за допомогою послуг [2, С.49]. Отже, **послуга** – дія суб’єкта економічної діяльності, скерована на задоволення нематеріальної потреби іншого суб’єкта з метою створення для нього корисного ефекту.

На теоретичному рівні необхідно проводити чітке розмежування між двома формами продукту – послугою і товаром. Розглядаючи сутнісні характеристики товарів і послуг, слід акцентувати на їхніх відмінностях (табл.1).

Перш за все, є очевидною відмінність між товаром і послугою у часових формах процесів виробництва та споживання і, на нашу думку, вона є найбільш суттєвою. Якщо товар після його виготовлення проходить стадію реалізації, і лише потім споживання, то послуга повинна вироблятися, надаватися і споживатися одночасно. Послугу неможливо виготовити заздалегідь. Надання послуги передбачає також безпосередній контакт виробника і споживача у момент її реалізації. Що ж до купівлі товару, то така умова не є необхідною, оскільки товар до моменту його реалізації може довго зберігатися і потім, за відсутності самого виробника, споживатися.

Товар після його виробництва, до моменту реалізації може зберігатися і накопичуватися, що не властиве послугам. Продукт-послугу неможливо ні зберігати, ні накопичувати. Послуга у момент її споживання є віддільною від її джерела, природи. Найчастіше таким джерелом є людський фактор – виробник послуги.

Також суттєва відмінність виявляє себе у разі експорту послуги і товару. Експорт товару передбачає його вивіз і реалізацію за межами економічної території країни, тобто тут відбувається фізичне переміщення товару

через кордон країни. Послугу ж можна експортувати і на митній території країни, якщо вона надається нерезидентіві цієї країни.

Таблиця 1.

## Основні відмінності між товарами і послугами

Послуги	Товари
1. Нероздільність у часі процесів виготовлення та споживання	Процеси створення та споживання роздільні у часі
2. Не підлягають накопиченню чи зберіганню	Підлягають накопиченню і зберіганню
3. Нероздільність від джерела	Можливість існування окремо від джерела
4. Експорт може відбутися і в межах економічної території, якщо послуга надана нерезидентіві.	Експорт означає вивезення за межі економічної території
5. Мінливість якості однорідних послуг	Постійна якість однорідного товару
6. Неможливість передання права власності на послугу іншій особі	Передання права власності на товар у момент його реалізації іншій особі
7. Невідчутні на дотик і невидимі	Відчутні на дотик, видимі

Послуга, на відміну від товару, характеризується нестабільністю якості. Її якість характеризується основними властивостями природи цієї послуги і чинниками, які впливають на її виробництво. Рівень якості послуги можна охарактеризувати лише приблизно, виходячи з корисного її ефекту для споживача. Якщо якість товару встановлена чіткими стандартами, то якість послуги важко виміряти і стандартизувати, оскільки кожна особа, яка виробляє певну послугу, надає її по-різному, індивідуально. Ще важливою особливістю є непередбачуваність результату послуги, тобто якість послуги можна оцінювати лише після її споживання. Оскільки у виробництві послуги вирішальну роль відіграє людський фактор, то індивідуальні характеристики і рівень кваліфікації особи, яка надає послугу, власне, і визначають її якість.

Одночасність виробництва та споживання послуги спричиняє неможливість передання прав власності на продукт-послугу від одного суб'єкта економічної діяльності до іншого, тоді як при закупівлі продукту-товару споживач стає його власником купленого продукту. Наприклад, якщо пасажир користується транспортною послугою, то у момент її оплати він набуває право лише на проїзд у цьому засобі і аж ніяк не стає власником цього транспортного засобу.

Відчутність на дотик і видимість є чи не основною відмінністю між продуктом-товаром і продуктом-послугою. Однак ця відмінність не завжди вносить ясність у розмежування між товаром і послугою. Так, в одній із праць авторами наведено такий приклад: “Коли ми купуємо автомобіль – ми купуємо товар чи транспортну послугу транспортуванню? Телевізор є промисловим товаром, але яка від нього користь без послуги телевізійного віщання? В ресторані ми купуємо послугу приготування страви, чи товари, які є продуктами харчування?” [8, С.25-26].

Загалом, існують різні підходи до класифікації послуг. Так, Світовий банк подає наступний поділ усіх послуг на окремі види:

- факторні послуги – включають платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва (доходи та інвестиції, ліцензійні платежі, зарплата нерезидентам тощо);
- нефакторні послуги – включають решту видів послуг (транспорт, подорожі та інші нефінансові послуги) [3, С.156].

В одному з видань автори пропонують класифікувати послуги з урахуванням виробничо-технічного і функціонально-спеціалізованого підходів, і поділяють їх на такі види:

- послуги, орієнтовані на виробництво;
- послуги, орієнтовані на домашнє господарство;
- послуги, орієнтовані на суспільство;
- послуги особистого характеру [9, С.122].

На наш погляд ця класифікація потребує суттєвих уточнень, оскільки невідомо до якої групи слід віднести, наприклад, послуги освіти. Так, у загально національному масштабі вони є чинником економічного зростання, так як є суспільно важливими послугами. Однак ці послуги мають особистісний характер для окремих осіб, які їх отримують.

В економічній літературі зустрічаємо ще й такий поділ послуг на окремі види [3, С.155]:

- виробничі (матеріальні);
- невиробничі (нематеріальні).

Однак, ми вважаємо, що нематеріальні послуги можуть споживатися за умови їх виробництва, тому назва “невиробничі” випадку є неточною. У цьому разі доцільніше було б поділити їх на матеріальні і нематеріальні послуги.

Послуги можна класифікувати за різними критеріями. Так, за способом споживання їх поділяють на індивідуальні, потребу в яких визначає кожен індивідум особисто для себе, та колективні або суспільні – послуги

безпеки, охорони навколишнього середовища, державного управління тощо. У цьому контексті послуги можуть набувати змішаного характеру: послуги охорони здоров'я є індивідуальними, однак вони мають велику вагу для суспільства, адже здоров'я нації – це чинник економічного зростання.

Залежно від витрат у процесі виробництва послуги поділяють на матеріальні і нематеріальні. Виробництво матеріальних послуг окрім людського фактора не може відбутися без безпосередньої участі матеріального блага, присутності матеріально-речового об'єкта. Так, транспортну послугу неможливо надати без транспортного засобу, чи телевізор не можливо відремонтувати, якщо нема самого телевізора. Нематеріальні ж послуги можуть вироблятися практично лише за допомогою людського фактора. Наприклад, це стосується послуг освіти, охорони здоров'я, культурних заходів... На відміну від цього матеріальні послуги характеризуються значною часткою присутності матеріально-речового засобу у процесі їх виробництва.

За соціально-економічним характером послуги поділяють на соціально-культурні та комунально-побутові. До соціально-культурних належать послуги освіти, охорони здоров'я, науки, релігії, культури, безпеки, охорони навколишнього середовища, страхування, тобто такі, що задовольняють соціальні потреби людей. Комунально-побутові послуги включають послуги житлово-комунального господарства, транспорту, зв'язку, торгівлі тощо. Слід зауважити, що до першої групи переважно входять нематеріальні послуги, тоді як до другої – матеріальні.

За суб'єктом, який покриває витрати на виробництво послуги, розрізняють платні і безкоштовні послуги. Якщо послуга фінансується з державного бюджету, спеціальних фондів, чи за рахунок спонсорів, то такі послуги для споживачів є безкоштовними (освіта, охорона здоров'я, національна безпека, державне управління). Якщо ж послуга фінансується з джерел споживачів, то вона є платною (культура, транспорт, зв'язок). Винятком з цієї класифікації є послуги релігії, оскільки їх не можна віднести до жодної з цих груп – формально послуга виробляється на безоплатній основі, оскільки ніхто не примушує споживача її оплачувати. А крім того, той хто її надає не зобов'язує і будь-яку іншу сторону оплачувати цю послугу. Тобто надана послуга може бути й не оплаченою. У цьому випадку споживачів послуги може бути більше, ніж її покупців. Також тут відсутнє встановлення ціни через дію ринкового механізму. Слід зазначити, що на соціально-культурні послуги припадає більша частка безкоштовних послуг, ніж на комунально-побутові. Так, у статті видатків зведеного бюджету України на 2004 р. лише на соціально-культурні заходи було виділено 52440,3 млн грн, тоді як на житлово-комунальне господарство усього – 2646,7 млн грн [6. С.55].

Цілком зрозуміло, що вище наведені класифікації послуг є неповними, не відображають усього спектру продукту-послуги, а відтак потребують подальшого їх удосконалення.

1. Ватаманюк З., Панчишин С., Ватаманюк О. Вступ до економічної теорії. Курс лекцій. Частина 1. – Львів: "Новий світ – 2000", 2004. – 352 с.
2. Вступ до економічної теорії. Підручник. Видання третє, доповнене. За ред. З.Ватаманюка. – Львів: "Новий Світ – 2000", 2006. – 504 с.
3. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини: Навч.посіб. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання – Прес, 2002. – 406 с.
4. Майдебуря Е.В. Маркетинг услуг. – Киев: ВИРА-Р, 2001. – 574 с.
5. Маркс К. и Энгельс Ф. // Соч., - М.: Госполитиздат, 1955.
6. Статистичний щорічник України за 2004 рік
7. Фридрих Лист. Система Национальной Политической экономии. СПб 1891. С.194.
8. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика, 2-ое международное издание (пер. с англ.). – СПб: Питер, 2002. –752 с.
9. Экономика сферы платных услуг / Под редакцией Е.Н.Жильцова. – Казань, 1996 г. – 204 с.

## TO THE QUESTION OF NATURE AND CLASSIFICATION OF SERVICES

Natalia Klym

*Ivan Franko National University of Lviv*

The role of services in economic growth is evident and it induce detailed investigation and analysis. Since the subject is not explored enough we should pay special attention to defining what is service itself, what is the nature of the service and the main difference between service and good. Also we should define criteria to classify services.

Key words: their own advantage, products, service, a commodity, good, material and nonmaterial services, material and nonmaterial production, economics and noneconomics their own advantages/