

УДК 330.1:330.3

Ушакова Н. Г.  
Полевич К. В.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ СЕРВІСНОЇ ЕКОНОМІКИ

Проаналізовано зміни у сфері послуг за умов становлення сервісної економіки. Визначено теоретичні аспекти зростання значення сфери послуг та їх видів. Показано зміни у поведінці суб'єктів сервісної економіки.

**Ключові слова:** сфера послуг, сервісна економіка, мережна економіка, людський потенціал.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** За умов становлення і розвитку постіндустріального суспільства, в якому основна роль відводиться людині, її знанням та здібностям до інновацій, сфера послуг стає пріоритетною в забезпеченні усталеного економічного зростання. Галузі, що надають послуги, перетворюються на домінуючий сектор національного господарства за показниками формування валового внутрішнього продукту і чисельності зайнятих, що дозволило аналітикам говорити про тенденцію становлення сервісної економіки. За таких умов розвиток сфери послуг притягує значні ресурси та забезпечує суттєву віддачу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні аспекти аналізу послуг та відповідної сфери розкриваються у фундаментальних працях вітчизняних та зарубіжних учених: з погляду невиробничої сфери – В. Козака, О. Кронрода, М. Солодкова, неринкового сектора – Дж. Стігліца, Ю. Барра, суспільного блага – П. Самуельсона. Прикладним питанням функціонування сфери послуг та сервісу присвячені дослідження: Ф. Котлера, К. Рудого, Б. Чернишова, О. Клімової, Л. Клікача та інших.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Не дивлячись на проведені дослідження, залишається недостатньо розкритим питання, пов'язані зі змінами у сфері послуг, викликаними процесами становлення сервісної економіки.

Враховуючи означене, метою статті є визначення особливостей функціонування сфери послуг в умовах становлення сервісної економіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Фундаментальною ознакою змін, що відбуваються в економічній діяльності, є поширення мережної економіки, переорієнтація виробництва зі створення матеріальних благ на надання послуг у широкому сенсі слова та генерування інформації й знань.

Взаємозв'язок економічного зростання і підвищення ролі послуг в національній економіці становить ключову закономірність сучасного господарського розвитку. Послуги традиційно розглядаються як «третинний сектор» економіки, питома вага якого займає більше 2/3 світового ВВП. Економічно розвинені країни є основними постачальниками і покупцями на світовому ринку послуг. Європейський союз і США виступають головними експортерами послуг, забезпечуючи 46% і 17% їх світового обсягу відповідно. Серед найбільш успішних компаній, що демонструють щорічне зростання на світовому ринку послуг, можна виділити McDonald's і Servicemaster (США), Saatchi & Saatchi і Hawley Group (Великобританія), Adia (Швейцарія), International

Service System (Данія) та інші. Багато країн стали спеціалізуватися на цілих галузях світової сфери послуг і домоглися суттєвих результатів. Наприклад, Швейцарія досягла успіху в банківській діяльності, торгівлі, консалтингу, логістиці, Великобританія – у страхуванні, проведенні аукціонів, різних видах консалтингу, Сінгапур – в авіатранспорті, Сполучені Штати – у рекламній діяльності та готельному бізнесі [1].

Зміна структури самого матеріального виробництва пов'язана, з одного боку, із збільшенням частки послуг в самому виробництві, а з іншого – розвиток матеріального виробництва, ускладнення його результатів вимагає розвитку широкого спектра на перший погляд абсолютно невиробничих послуг, пов'язаних з розвитком людського потенціалу та таких, що формують сучасну якість економічного зростання. Розвиток матеріального виробництва, його структура, ефективність багато в чому детерміновані масштабами і якістю функціонування сфери послуг (станом науки, освіти, охорони здоров'я). У цьому сегменті послуг концентрується робоча сила високого рівня освіти та кваліфікації [2].

З теоретичної точки зору, послуги мають особливості, які дозволяють відрізнити їх від товару. По-перше, послуги невіддільні від свого джерела, оскільки при їх реалізації необхідна присутність виробника. По-друге, послуги невловимі і виступають в нематеріальній формі. По-третє, виробництво послуг нерозривно пов'язане з їх споживанням. По-четверте, якість послуг характеризується мінливістю і не може зберегтися в тривалому періоді [3].

Сферу послуг в залежності від видів споживання можна розділити на традиційні та нетрадиційні галузі. До традиційних видів послуг відносяться торгівля, транспорт, харчування, зв'язок, фінансові послуги, освіта, охорона здоров'я та інші. Нетрадиційні види з'являються з розвитком економіки і виникненням нових потреб. До них можна віднести туризм, нові фінансові, консалтингові, інформаційно-комунікаційні, кейтерингові та інші послуги.

Ф. Котлер до сфери послуг відносить: державний сектор з його судами, біржами праці, лікарнями, позиковими касами, військовими службами, поліцією, пожежною охороною, поштою, органами регулювання, школами і приватний некомерційний сектор з його музеями, добродійними організаціями, церквою, коледжами, фондами і лікарнями. Також значна частина комерційного сектора з його авіакомпаніями, банками, фірмами комп'ютерного обслуговування, готелями, страховими компаніями, юридичними фірмами, консультативними фірмами з питань управління, приватно прак-

тикуючими лікарями, кінофірмами, фірмами по ремонту сантехнічного устаткування і фірмами-торговцями нерухомістю [4].

Отже, послугові види діяльності пронизують практично всі галузі економіки і тому досить проблематично чітко визначити межі сфери послуг. Скоріш за все, це вона являє собою господарський простір послугової діяльності, яка в одних галузях економіки є основною, а в інших додатковою. Отже, важливими рисами сфери послуг є її неоднорідність та рухливість меж.

З політекономічної позиції представлення економіки як способу виробництва життя, сучасна економіка орієнтована на ринкові та неринкові послуги. У сервісній економіці центральне місце займає група наукоємних видів ділових і професійних послуг, телекомунікації, а також освіта, охорона здоров'я, культура. У поєднанні з наукоємними галузями індустрії вони утворюють разом з модернізованими традиційними галузями (торгівля і транспорт) ядро сучасної економіки, що активно розвивається, і багато в чому визначають динаміку, якісні параметри, конкурентоспроможності як сфери послуг, так і всього господарства.

Зміни у світі господарства багато в чому пов'язані з поведінковими особливостями суб'єктів сервісної економіки. Специфічною ознакою сервісної економіки є встановлення інтерактивних відносин зі споживачем, які постійно відслідковуються з метою максимізації задоволення його потреб. За таких умов взаємодія споживача і виробника/постачальника послуг є ключовим фактором, що визначає ефективність виробництва. Особливістю сервісної економіки є також те, що вона об'єднує в єдиний комплекс сфери матеріального виробництва, обігу та послуг. Звичайним набором будуть освітні, юридичні, фінансові, рекреаційні, торговельні, інформаційні й так далі послуги, міська інфраструктура.

Сервісна економіка, орієнтована на максимальне задоволення споживача, вибудовується навколо сфери послуг, що формує якість людського потенціалу, до якої можна віднести. Послуги, що задовольняють фізіологічні потреби індивіда: побутові та житлово-комунальні послуги; послуги торгівлі та масового харчування; медичні послуги та послуги безпеки. Послуги, що задовольняють потреби суб'єкта: системи освіти; соціальні послуги; послуги зв'язку, банків, правового характеру, пасажирського транспорту; послуги, що задовольняють потреби особистості, яка прагне розвитку: послуги закладів культури; санаторно-оздоровчі, фізичної культури і спорту; туристські і екскурсійні; послуги культурно-творчого самовираження особистості: послуги науки, мистецтва, релігійних установ тощо [5].

Особливістю наведеного переліку послуг є те, що вони, по-перше, майже абсолютно нематеріальні. Первинне споживання ресурсів для цих послуг – це, здебільшого, комерційна нерухомість, тобто місце, де надається послуга та людські ресурси. Отже, капіталовкладення в сервісну економіку приймає форму освіти і навчання; досконалу архітектуру, дизайн та обробку інформації. По-друге, вони можуть зростати практично необмежено в грошовому виразі, по-третє, їхня якість становить відмітну рису пропонованого блага. Основна тенденція зростання в сервісній економіці полягає у зменшенні кількості і збільшенні якості послуг. Це абсолютно суперечить стандартній моделі виробництва, яка

орієнтована на матеріальне зростання товарів за нижчою ціною.

З розвитком продуктивних сил суспільства посилювався не лише виробничий аспект послуг, а головне – зростала потреба в послугах з боку населення. Послуга, як вид діяльності, знаходиться в безперервного зв'язку з процесом надання або виконання цієї послуги, тобто обслуговуванням. Об'єктами обслуговування можуть бути фізичні та юридичні особи – населення і підприємства. Сервісна економіка, порівняно з індустріальною, є більш гармонійною, бо включає в єдиний комплекс сфери матеріального виробництва, обігу і послуг. В силу яскраво вираженої індивідуалізації, де в центрі уваги конкретний клієнт, сервісна економіка є соціально-орієнтованою.

Якщо економічні відносини в матеріальному виробництві тісно пов'язані з організаційно-економічними відносинами, то економічні відносини сфери послуг розглядаються у взаємозв'язку з динамікою соціально-економічних процесів суспільства. У третинному секторі народного господарства невиробнича сфера займає особливе місце. Економічна діяльність таких провідних невиробничих галузей, як освіта, охорона здоров'я, культура розглядаються з позиції теорії суспільних благ, обмеженості дії ринкового механізму, суспільного бюджету, фінансування і нормативної економіки. Загальноприйняте вважати, як у вітчизняній, так і у зарубіжній науковій літературі, що невиробничі, соціально-культурні послуги, а також послуги охорони внутрішньої та зовнішньої безпеки людей (армія, міліція, пожежна охорона) це суспільні блага. На відміну від інших благ вони відрізняються наступними характеристиками: неподільністю, неконкурентністю, сумісним характером споживання, високою соціальною значимістю і переважанням суспільно-державних форм власності у виробництві і споживанні суспільних благ.

Основні відмінності функціонування підприємств у сервісній економіці від індустріальної полягають у наступному. У сервісній економіці: по-перше, підприємства націлені в першу чергу на підвищення ефекту корисності, більш повне задоволення специфічних запитів клієнтів. В індустріальній же виробники прагнуть максимізувати випуск товарної продукції. По-друге, поняття корисності ототожнюється з характером використання товару і з тим, наскільки досконалі системи, що включають як матеріальний продукт, так і відповідні послуги, а в індустріальній – тільки з матеріальною стороною продукції. По-третє, під якістю розуміється здатність виробника встановити і постійно відстежувати відносини зі споживачем з метою максимізації ступеня задоволення його потреб. В індустріальній економіці під якістю розуміють вміння підприємства «добре робити свою справу». По-четверте, змінюється стиль менеджменту, відмінними особливостями його стають гнучкість, швидкість прийняття рішень, мережева організація, свобода маневру і відкритість.

В індустріальній економіці менеджмент носить переважно «механічний» характер, що визначається у вирішальній мірі ієрархічністю структур та їх надмірної впорядкованістю. Сучасні партнери прагнуть створювати організаційні структури, що відрізняються більш розвиненими горизонтальними зв'язками, мережного характеру. В цьому випадку, орієнтуючись на потреби клієнтів, підприємства більше уваги приділяють забез-

печенню взаємозв'язку між стратегічними цілями фірми і мотивацією співробітників. По-п'яте, основна увага в сервісній економіці приділяється ефективності функціонування матеріально-сервісних систем, а в індустріальній – перетворенню сировини в готову продукцію (на це націлені основні технології).

Таким чином, у сервісній економіці головним фактором, що визначає успіх підприємства, є його здатність зрозуміти системи переваг клієнтів і тенденції їх розвитку і якнайкраще задовольняти ці запити. Корисність визначається характером використання та рівнем досконалості так званого сервісного продукту – самостійної послуги або системи, що поєднує матеріальний продукт і відповідні послуги; відносно якості йдеться про встановлення інтерактивних і постійно відстежуються відносин зі споживачем, що дозволяє максимізувати ступінь його задоволеності; основні технології пов'язані з постачанням послуг і функціонуванням матеріально-сервісних систем; управління відрізняється швидкістю прийняття рішень, гнучкістю, мережною організацією і відкритістю.

На формування нової парадигми головне вплив мали, принаймні, п'ять предметних областей – маркетинг, операційний менеджмент, організаційна теорія, управління людськими ресурсами та управління якістю. Її шостою складовою можна вважати практику кар'єрних менеджерів і консультантів, на прийомі і способи дій яких глибоко вплинув досвід менеджменту відомих сервісних фірм, таких, як SAS (авіаперевезення), Club Med (готельно-туристичний бізнес), Arthur Andersen Consulting (консультаційні й аудиторські послуги), Federal Express (логістика), Wal-Mart (роздрібна торгівля) [3].

З послугами в галузі менеджменту, маркетингу, розробки стратегії корпорацій, інвестиційних програм і проектів, шляхів підвищення ефективності, з консалтингом з різних аспектів діяльності бізнес вбирав наукове знання і передовий досвід, швидше адаптувався до технологічних та інших змін. Загальний ефект ділових і професійних послуг підвищувався за рахунок поглиблення спеціалізації фірм на проблематиці окремих галузей, напрямів технологічного прогресу.

Значно посилюється в останні роки вплив на циклічність головних агентів товарного обігу – торгівлі і транспорту. Завдяки інформатизації, логістиці, безперервному моніторингу товарно-грошових потоків, виконанню замовлень точно в строк, збору і передачі інформації в режимі реального часу створюються умови для прискорення процесу реалізації товарної маси, оптимізації обсягів товарних запасів у кожній ланці і в господарстві в цілому, а виробники можуть своєчасно реагувати на диспропорції попиту та пропозиції [6].

Особливим продуктом сучасної економіки є мережні послуги, які мають наступні властивості: споживча вартість зростає із збільшенням обсягу продажів; ціна продажу забезпечує масовий збут; використання мережного товару передбачає процес активної взаємодії його власника з мережею обслуговування цього товару. Для досягнення ефективної діяльності такі послуги повинні відповідати наступним принципам: сумісності або доповнюваності; гнучкості і децентралізованості; зручності і оперативності доставки; економії часу; зацікавленості; прихильності моді; швидкості розповсюдження. Важливим чинником існування та функціонування послуг в мережі є не створення послуги як такої, а створення мережі, що продукує і поширює дану послугу, і це принципово відрізняє сучасну економіку від традиційної.

**Висновки і пропозиції.** Виникнення, становлення та розвиток сервісної економіки є закономірним етапом розвитку постіндустріального суспільства. Специфічною ознакою сервісної економіки є встановлення інтерактивних відносин зі споживачем, які постійно відслідковуються з метою максимізації задоволення його потреб. В цих умовах фактор взаємодії є переважним в якості змінної, що визначає ефективність виробництва.

Поняття послуги в сучасному сприйнятті все більш ототожнюється з комплексом високотехнологічних та інтелектуальних ділових і фінансових послуг, а також з галузями науки, освіти та охорони здоров'я. Тим не менш його зростання простежується в розширенні позицій і якісному вдосконаленні послуг, функції яких полягають у розвитку людських ресурсів, створенні та дифузії у господарське середовище наукових знань.

#### Список літератури:

1. Рудый К. Развитие сферы услуг: сущность, роль и перспективы / К. Рудый [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.refine.org.ua](http://www.refine.org.ua).
2. Заходякин И.В. Постиндустриальная экономика – что значит это понятие в современном мире? // Креативная экономика. – 2008. – № 1. – С. 97-100.
3. Чернышев Б. Менеджмент в сервисной экономике: сущность и содержание / Б. Чернышев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://vasilieva.narod.ru/ptpu/16\\_1\\_04.htm](http://vasilieva.narod.ru/ptpu/16_1_04.htm).
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. Изд. 11-е. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.
5. Кликач Л.М. Особенности и закономерности эволюции сферы услуг/ Л.М. Кликач [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.e-rej.ru](http://www.e-rej.ru).
6. Климова Е.А. Роль сферы услуг в становлении экономики инновационного типа / Е.А. Климова, Т.В. Косинец [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.edit.muh.ru/content/mag/trudy](http://www.edit.muh.ru/content/mag/trudy).

**Ушакова Н. Г.**

**Полевич Е. В.**

Харьковский государственный университет питания и торговли

### **ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Резюме**

Проанализированы изменения в сфере услуг в условиях становления сервисной экономики. Определены теоретические аспекты возрастания значения сферы услуг и их видов. Показаны изменения в поведении субъектов сервисной экономики.

**Ключевые слова:** сфера услуг, сервисная экономика, сетевая экономика, человеческий потенциал.

**Ushakova N. G.**

**Polevych K. V.**

Kharkiv State University of Food and Trade

### **FEATURES PERFORMANCE AREAS OF SERVICES IN THE FORMATION OF SERVICE ECONOMY**

**Summary**

The changes in the services sector in the conditions of the service economy. Theoretical aspects of the increasing importance of services and their species. The changes in the behavior of the subjects of the service economy.

**Key words:** service, service economy, the network economy, human potential.