

*Конах С.С.,  
м.н.с. відділу економічного зростання  
та структурних змін в економіці,  
Інститут економіки та прогнозування  
Національної академії наук України*

## ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «СФЕРА ПОСЛУГ»

**Анотація.** У статті розглянуто теоретичні підходи до визначення сутності сфери послуг. Обґрунтовано необхідність уточнення визначення «сфера послуг». На основі аналізу розповсюджених трактувань зроблено висновок щодо важливості сфери послуг у системі суспільного розвитку та необхідності використання її потенціалу для економічного зростання.

**Ключові слова:** послуга, сфера послуг, споживач, виробник, матеріальні послуги, нематеріальні послуги.

**Постановка проблеми.** Розвиток сфери послуг є необхідним для успішного розвитку економіки держави. У багатьох країнах світу спостерігається зростання попиту на послуги внаслідок підвищення життєвого рівня населення. Поряд з цим з ускладненням виробництва товарів та посиленням конкуренції зростає попит на послуги у сфері розподілу товарів (транспортні, фрахтові, страхові, банківські, послуги зв'язку), на виробничі (монтаж, інжиніринг, лізинг), післяпродажні (кредит, обслуговування, ремонт) та послуги з просування товару (маркетингові дослідження, управлінський консалтинг), що обумовлює зростання ролі сфери послуг у розвитку економічних систем в цілому. У зв'язку з цим необхідним є уточнення сутності поняття «сфера послуг» як економічної категорії для виявлення особливостей її функціонування та впливу на систему суспільного розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у дослідження сфери послуг та її ролі в економіці були закладені в працях таких вчених, як Е.М. Агабабян [1], М.Г. Бойко [2], К. Гренроос [3], А.І. Кочерга [4], К. Лавлок [5], О.Б. Моргулець [6], Р. Норманн [7], В.Н. Стаханов [8], Л.П. Хмелевська [9], та ін. Однак незважаючи на те, що досить багато вчених розкрили поняття сфери послуг, воно є недостатньо дослідженим.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** В наш час спостерігається різке зростання ролі сфери послуг в системі суспільного розвитку. Послуга виступає як форма задоволення потреб людини і також є невід'ємною та важливою для економіки країни. На даний момент було запропоновано досить велику кількість визначень сфери послуг, та до сьогодні не існує єдиної думки. Тому доцільним є аналіз та виявлення більш адаптованого поняття сфери послуги у наш час.

**Мета статті** полягає в уточненні сутності поняття «сфера послуг» для визначення її функцій та місця у системі суспільного розвитку з метою виявлення її потенціалу для економічного зростання.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В умовах ринкової економіки послуга виступає як товар і займає важливе місце як в економіці, так і в житті людини в цілому. Сфера послуг також грає велику роль і є дуже важливою у розвитку економіки, тому являє собою предмет досліджень багатьох українських та зарубіжних вчених.

У довідковій літературі існує багато підходів щодо визначення сутності терміну «послуга», зокрема:

– особлива споживча вартість процесу праці, виражена в корисному ефекті, що задовольняє потреби людини, колективу й суспільства. Особливістю послуг як товару (порівняно зі звичайним товаром (втільним у речі), з матеріальними благами) є те, що вона корисна не як річ, а як діяльність [10, с. 7];

– специфічний продукт праці, який не набуває речової форми і споживча вартість якого на відміну від речового продукту праці полягає в корисному ефекті живої праці [11, с. 877];

– підприємницька діяльність, що на відміну від виробництва продукції полягає у постачанні на ринок таких цінностей, які не мають матеріального характеру [12, с. 697];

Також існує багато інших підходів щодо визначення поняття «послуга» (табл.1).

Сфера послуг складається з матеріальних і нематеріальних послуг (або соціально-культурних). Класифікація вітчизняних послуг почалась у 1970-х роках з послуг виробництва й охопила понад 1 500 видів послуг. Проте вона не є вичерпною, тому що не містить нових видів послуг. Матеріальними послугами можемо назвати діяльність підприємств і організацій, які задовольняють матеріальні потреби споживача. До таких можемо віднести: побудування будинку; комунальні послуги – водопостачання, тепlopостачання; торгівля і громадське харчування – ринки, магазини, кафе, ресторани; службою побуту – перукарні, хімчистки, ательє, пральні.

До нематеріальних послуг можемо віднести послуги, які задовольняють соціально-культурні потреби споживача, інформаційно-консультаційні послуги, послуги освіти та ін.

Послуги – це результат діяльності у певних сферах життєдіяльності людини, що здійснюється певним виробником на замовлення споживача. У послуги як продукту суттєвим є те, що вона не накопичується, не транспортується, не існує окремо від виробників. Замовник споживає послугу в момент її надання.

Такий вид економічної діяльності, як послуги, існує давно. В Англії домашні послуги були найчисленнішим класом населення до 1870 р. [13, с. 166]. Досить жваві дискусії щодо того, яке визначення дати послугі, розгорнулися в кінці 60-х – початку 70-х років ХХ ст., і це виявилось непростим завданням. Саме тоді сфера послуг розвинених країн стала приносити у ВВП приблизно стільки ж, скільки промисловий і аграрний сектори економіки разом узяті. К. Гренроос вважає, що тільки в 90-х роках економісти неохоче зупинилися на одному з визначень послуги [3, с. 46].

В наш час роль послуг як одного з найважливіших секторів економіки дуже велика і актуальна. Це пов'язано з ускладненням виробництва, насиченням ринку новими товарами, з

## Основні підходи визначення сутності послуг

Автор	Підхід до поняття	Джерело
Е.М. Агабабян	Послуга – корисний ефект, який виникає в процесі продуктивної праці як цілеспрямованої діяльності. Корисний ефект є не що інше як сукупність корисних властивостей, які направлені на задоволення певної потреби людини.	Агабабян Э.М. Экономический анализ сферы услуг / Э.М. Агабабян. – М.: Экономика, 1968. – 160 с.
М.Б. Росинський	Послуга – це специфічна політико-економічна категорія, яка виражає відносини праці, яка реалізується безпосередньо як корисний ефект діяльності і яка функціонує в базі споживання.	Росинский М.Б. Сфера услуг в экономике развитого социализма / М. Б. Росинский. – Изд-во Саратовс. ун-та. – 1976. – С. 152.
А.І. Кочерга	Послуга – це певне суспільне відношення, яке складається з приводу корисної дії праці, споживаного в якості товару, речі або діяльності у привласненні його результатів.	Кочерга А.И. Сфера обслуживания населения: региональные проблемы / А.И. Кочерга. – Киев: Наукова думка, 1980. – 423 с.
О.П. Грушева	Послуга – це економічне ставлення не з приводу результатів праці, а з приводу праці як діяльності.	Грушева Е.П. Обязательства по предоставлению услуг в хозяйственных отношениях / Е.П. Грушева // Советское государство и право. – 1982. – № 1. – С. 82.
П.А. Мягков	Послугою можна вважати діяльність, результати якої не мають матеріального вираження, реалізуються і споживаються в процесі здійснення цієї діяльності.	Мягков П.А. Малые предприятия / П.А. Мягков. – М.: Экономика, 1992. – 147 с. – (ISBN 5-282-01513-7).
В.Д. Маркова	Послугу необхідно розуміти як особливу споживчу вартість, отриману певною працею, так як і будь-який інший товар; але особливість споживчої вартості послуги полягає в тому, що праця визначає послуги не як річ, а як діяльність.	Маркова В.Д. Маркетинг услуг / В.Д. Маркова. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 128 с.
Р. Норманн	Послуга – це користь, запропонована клієнту організацією сфери послуг.	Norman Ed. R. Service management. Strategy and leadership in Service Business / Ed. R. Norman. – N.Y., 2000.
К. Гренроос	Послуга – процес, що складається з серії невідчутних дій, які за необхідності виникають між споживачем і обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системою підприємства – постачальником послуг.	Gronroos C. Service management and marketing / C. Gronroos. – West Sussex, 2000. – 239 p.
М.М. Іванов	Послуга – це діяльність, спрямована на задоволення потреби шляхом надання (виробництва) відповідних цієї потреби благ матеріального і нематеріального характеру.	Иванов Н.Н. Управление в сфере услуг: Инфраструктурный подход: дис. д.е.н.: спец. 08.00.05 / Н.Н. Иванов. – Санкт-Петербург, 2002. – 302 с.
В.Н. Стаханов	Послуга – продукт праці, корисний ефект якого виступає не у формі предмету, а у формі діяльності, яка направлена на предмет або на людину.	Стаханов В.Н. Маркетинг сферы услуг: [учеб. пособ.] / В.Н. Стаханов. – М.: Экспертное бюро, 2001. – 160 с.
Р. Малері	Послуги – це нематеріальні активи, що виробляються з метою збуту. Нематеріальні активи (або невідчутна цінність) – це цінність, яка не є фізичним об'єктом, але має вартість – грошову оцінку.	Ворачек Х.О. состоянии теории маркетинга услуг» / Х. Ворачек // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/17_1_02.htm">http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/17_1_02.htm</a>
Л.П. Хмелевська	Послуга – це діяльність, яка виконана для задоволення чийось потреб, господарчих або інших зручностей, що надаються будь-кому. Також послуга – це товар, специфіка якого виявляється у фізичній неосяжності, невіддільності від свого джерела, у неможливості накопичення та зберігання, в індивідуальності та плинності якісних характеристик, у відсутності речового змісту (це лише діяльність, а не продукт).	Хмелевська Л.П. Особливості розвитку малого підприємництва у сфері побутового обслуговування населення України: дис. к.е.н.: спец. 08.01.01 / Л.П. Хмелевська. – Київ, 2002. – 230 с.
В.Ф. Кифяк	Послуга – це будь-яка дія чи вигода, яка надається однією стороною іншій і на відміну від товару має специфічні, тільки їй притаманні характерні риси.	Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
К. Лавлок	Послуга – це вид економічної діяльності, яка створює цінність і забезпечує визначення переваг для споживача в конкретний час і в конкретному місці в результаті відчутних або невідчутних дій, направлених на отримання послуги чи товару.	Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / К. Лавлок; пер. с англ. – М.: Вильямс 2005. – 1008 с.
М.Г. Бойко	Послуга – цілеспрямована виробнича діяльність, головна риса якої – поєднання процесів виробництва, реалізації та споживання.	Бойко М.Г. Організація готельного господарства: [підручник] / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. – Київ: нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 448 с.
О.Б. Моргулець	1) «Послуга» як дія, що приносить користь, допомогу іншому; 2) «Послуга» як продукт (результат) діяльності сервісного підприємства.	Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: [навч. посіб.] / О.Б. Моргулець. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.

Класифікація послуг, запропонована К. Лавлоком [5]

Класи послуг	Сфери послуг
Відчутні дії, спрямовані на тіло людини	Охорона здоров'я, пасажирський транспорт, перукарні, салони краси
Відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти	Вантажний транспорт, ремонт обладнання, охорона, пральні, хімічтки, ветеринарні послуги
Невловимі дії, спрямовані на свідомість людини	Освіта, інформаційні послуги, театри, музеї, радіо, радіотелевізійне мовлення
Невловимі дії з невідчутними активами	Банківські, юридичні та консультаційні послуги, страхування, операції з цінними паперами

швидким зростанням НТП. Все це неможливо без існування інформаційних, фінансових, освітніх, туристично-рекреаційних, страхових та інших видів послуг.

Наприклад, К. Маркс поняття послуги пов'язував з поняттям споживчої вартості товару або діяльності. Він вважав, що послуга є не що інше, як корисна дія тієї чи іншої споживчої вартості товару чи, праці. Крім того, Маркс визначав послугу як «споживчу вартість, втілену і в товарі, і у вигляді «чистих» послуг, які не отримують у вигляді речі самостійного буття окремо від виконавця. З вищезазначеного можна зробити висновок, що послуга, як певний вид праці, може виступати у формі безпосередньої діяльності, яку створює суб'єкт.

Інші автори характеризують послугу не тільки як вид економічної діяльності, але й як процес, дію, спрямовану на задоволення запитів споживачів. Так, Ф. Котлер дотримується наступного визначення поняття «послуга»: «Послуга – будь-яка діяльність, яку одна сторона може запропонувати іншій; невідчутна дія, яка не приводить до володіння чим-небудь. Її надання може бути пов'язано з матеріальним продуктом» [14]. При цьому послуги часто розглядають паралельно з матеріально-речовими товарами. Можна сказати, що будь-яка послуга є процесом, в той час як будь-який фізичний товар таким не являється, що є принциповою відмінністю.

Однак підходи до визначення поняття послуг існують різні. Наприклад, Ж.-Б. Сей дійшов висновку, що послуга виступає особливим видом благ, здатним приносити дохід. Деякі вчені вважають, що послуги, як нематеріальні активи, вироблені для цілей збуту. Самі ж нематеріальні активи (або невідчутні цінності) – це цінності, які не є фізичними, речовими об'єктами, але мають вартісну, грошову оцінку. У той же час відомий французький ліберальний економіст Ф. Бастіа під послугою розумів не тільки реальну витрату праці в процесі виробництва, але й всяке зусилля взагалі, що додається ким-небудь або від якого звільняється той, хто даною послугою користується (ідея соціальної послуги). Термін «послуги» включає в себе досить широке коло галузей, які виконують різні функції для покупців. І. Ополченев пропонує більш повне визначення послуги, він розглядає послугу як економічне благо, що виступає в нематеріальній формі у вигляді праці. На його думку, процес надання послуги реалізується у вигляді безперервної взаємодії споживача і виробника послуги.

Існують класифікації зарубіжних дослідників і розробки вітчизняних учених, які не дозволяють повною мірою врахувати все розмаїття надання у світовій практиці послуг і не завжди погоджуються з класифікацією, прийнятою в системі статистичного обліку. Наприклад, К. Лавлок запропонував таку класифікацію послуг (табл. 2).

На якість послуги впливає досить багато чинників, такі як: персонал та його кваліфікаційний рівень, стан здоров'я, настрої та інші характерні особливості виробника послуг. На оцінку якості послуг споживачем також впливають людські якості.

В сучасній системі господарювання надання послуг є сферою економіки, яка досить швидко розвивається та яка формує сферу послуг.

У сучасному суспільстві сфера послуг є одним з основних напрямків розвитку сучасної економіки, який задовольняє широкий спектр суспільних та індивідуальних потреб та сприяє ефективному розвитку економічних і соціальних відносин. А з переходом економіки України до ринкових методів господарювання сфера послуг стає таким сектором економіки, який поступово нарощує обсяги виробництва.

Сфера послуг являє собою систему, елементи якої служать сприянню різної діяльності, з одного боку, і задоволенню потреб населення – з іншого; та в даний час охоплює всі напрямки життєдіяльності людини, надаючи безпосередній вплив на соціально-економічний розвиток суспільства.

З метою сталого інноваційного розвитку вітчизняної сфери послуг слід застосувати зарубіжний досвід, який добре зарекомендував себе, іменованний терміном *facility management*. У вітчизняній практиці його використовують у зв'язку з управлінням об'єктом нерухомості, оскільки англійське слово *facility* розуміють як фізичний об'єкт, а не в сенсі «створення сприятливих умов», «зручності», «можливості» [15].

Сфера послуг є предметом досліджень багатьох українських та зарубіжних вчених, зважаючи на важливість та перспективність її ролі у розвитку економіки. Ряд вчених визначають актуальність розвитку сфери послуг виходячи з теорії постіндустріального суспільства, базуючись на працях Д. Белла, Дж. Гелбрейта, В. Іноземцева, М. Кастельса, У. Росту та ін.

Н.А. Барінов вважає, що «сферу послуг можна розглядати тільки як споживача матеріальних благ. Насправді послуга є продукт продуктивної праці. Впливаючи з аналізу теорії продуктивної праці, висновки є методологічною основою розгляду проблем продуктивної праці і сфери послуг в умовах ринкових відносин» [16].

Т.Н. Софіна розглядає сферу послуг як економічний простір, що включає види діяльності та результати в якості послуг споживчого призначення (кінцевий продукт) та послуг для виробництва (проміжний продукт). Останні складають необхідний атрибут процесу створення матеріальних і духовних благ [17].

Першими публікаціями, присвяченими розвитку послуг, були публікації вітчизняних вчених на початку 90-х років ХХ ст. Саме в той час сфера послуг розвинених країн стала приносити у ВВП приблизно стільки ж, скільки промисловий і аграрний сектори економіки.

В даний час завдяки інтенсивному використанню досягнень науки спектр надаваних послуг населенню включає в себе нові інноваційні види. Отримали розвиток управлінські та консалтингові послуги, послуги, пов'язані з виробництвом телекомунікаційних технологій, оптимізації фінансових потоків, розробки програмного забезпечення та його супроводу та ін. Сьогодні ринок насичений великою кількістю і широким асортиментом товарів, що, відповідно, призводить до зростання попиту на послуги. Все це впливає на структурні зміни в економіці країн, свідчить про позитивні зміни у виробництві та розвитку сфери послуг, структурі зайнятості населення. Слід



значити, що третинний сектор економіки вносить вагомий внесок у збільшення добробуту багатьох країн економічно ефективного виду вкладення капіталу. В минулому столітті ключовою характеристикою сектору економіки є активний розвиток надання послуг населенню, що додає вагомий внесок у підвищення добробуту багатьох країн.

**Висновки.** Незважаючи на підвищену увагу економічної науки до сфери послуг, досі відсутня єдина думка щодо поняття сутності послуги та її властивостей. У науковій літературі існує велика кількість різних визначень поняття «послуга» і багато підходів до її класифікації. Але в кожному із запропонованих трактувань сфери послуг можна виявити переваги і недоліки. Виходячи з того, що сфера послуг включає багато видів діяльності різного функціонального спрямування (надання різних послуг сфері матеріального виробництва; послуги освітніх і просвітних закладів; задоволення потреб населення в різних видах обслуговування та ін.), уточнення поняття «сфера послуг» та їх функцій у подальших дослідженнях дозволить:

- розробити теоретико-методологічні засади дослідження внеску сфери послуг у формування ВВП країни;
- здійснити кількісну та якісну оцінку внеску сфери послуг у формування ВВП;
- сформулювати рекомендації щодо стратегічних пріоритетів розвитку та перспектив трансформації сфери послуг у національній економіці;
- розробити пропозиції щодо удосконалення механізму державного регулювання розвитку сфери послуг в Україні.

#### *Література:*

1. Агабабьян Э.М. Экономический анализ сферы услуг / Э.М. Агабабьян. – М.: Экономика, 1968. – 160 с.
2. Бойко М.Г. Организация готельного хозяйства: [підручник] / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. – Київ: КНТЕУ, 2006. – 448 с.
3. Gronroos C. Service management and marketing / C. Gronroos. – West Sussex, 2000. – 239 p.
4. Кочерга А.И. Сфера обслуживания населения: региональные проблемы / А.И. Кочерга. – К.: Наукова думка, 1980. – 423 с.
5. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / К. Лавлок; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2005. – 1008 с.
6. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. / О.Б. Моргулець. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
7. Norman Ed. R. Service management. Strategy and leadership in Service Business / Ed. R. Norman. – N.Y., 2000.
8. Стаханов В.Н. Маркетинг сферы услуг: [учеб. пособ.] / В.Н. Стаханов. – М.: Экспертное бюро, 2001. – 160 с.

9. Хмелевська Л.П. Особливості розвитку малого підприємництва у сфері побутового обслуговування населення України: дис. к.е.н.: спец. 08.01.01 / Л.П. Хмелевська. – Київ, 2002. – 230 с.
10. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т.3 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп.ред.) [та ін.]. – К.: Академія, 2002. – 952 с.
11. Экономическая энциклопедия / Науч.-ред. совет изд-ва «Экономика»; Инт-т. экон. РАН; гл. ред. Л.И. Абалкин. – М.: Экономика, 1999. – 1055 с.
12. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. – К.: Знання, 2007. – 1072 с.
13. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл; пер. с англ.; 2-е. изд. – М.: Academia, 2004. – 788 с.
14. Кувшинов А.М. Научный вестник УРАГС / А.М. Кувшинов, Н.А. Цыбулевская. – 2009. – С. 10.
15. Бузмакова М.В. Факторы инновационного развития сферы услуг / М.В. Бузмакова. // Вестник Нижегородского университета им. Лобачевского. – 2012. – С. 19–23.
16. Баринев Н.А. Услуги (социально-правовой аспект): [монография] / Н.А. Баринев. – Саратов: Стило, 2001. – С. 14–15.
17. Софина Т.Н. Сфера услуг: трансформации в рыночной экономике / Т.Н. Софина. – СПб.: СПбГУЭФ, 1999. – С. 69–70.

#### **Конах С.С. Теоретические подходы к определению сущности понятия «сфера услуг»**

**Аннотация.** В статье рассмотрены теоретические подходы к определению сущности сферы услуг. Обоснована необходимость уточнения определения «сфера услуг». На основе анализа распространенных трактовок сделан вывод о важности сферы услуг в системе общественного развития и необходимости использования ее потенциала для экономического роста.

**Ключевые слова:** услуга, сфера услуг, потребитель, производитель, материальные услуги, нематериальные услуги.

#### **Konakh S.S. Theoretical approaches for definitions essence of concepts «services sector»**

**Summary.** In the article theoretical approaches to definition of essence of a services sector are considered. Need of specification of definition «services sector» is proved. On the basis of the analysis of widespread treatments the conclusion on importance of a services sector in system of social development and need of use of its potential for economic growth is drawn.

**Keywords:** service, services sector, consumer, producer, material services, non-material services.