

УДК 364.48

**Дерев'яно І. В.,***аспірант, провідний економіст Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України***СФЕРА ПОСЛУГ: СУТНІСТЬ, СТРУКТУРА ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ**

*У статті досліджено сутність сфери послуг, визначено її структуру, та чинники, що формують попит домогосподарств на послуги. Розглянуто підходи до визначення послуги у різних джерелах.*

**Ключові слова:** сфера послуг, структура, попит на послуги.

*В статье исследовано сущность сферы услуг, определены ее структура и факторы, формирующие спрос домохозяйств на услуги. Рассмотрены методологические подходы к определению сущности социальных услуг.*

**Ключевые слова:** сфера услуг, структура, спрос на услуги.

*The article discusses the concept of the service sector, defined its structure, and factors influencing household demand for services. The approaches to the definition of services in different sources have been considered.*

**Key words:** services sector, structure, demand for services.

**Постановка проблеми.** Сфера послуг поступово трансформується у швидко зростаючий сектор економіки, закономірності функціонування якого вимагають спеціальних досліджень. У зв'язку з цим актуалізується наукове завдання щодо визначення соціально-економічної сутності сфери послуг, її основних функцій та процесів, пов'язаних з формуванням попиту на послуги з боку домогосподарств.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У науковій літературі теоретико-методологічні основи дослідження сфери послуг були закладені в працях таких відомих класиків економістів, як Ф. Бастіа, А. Сміт, Ж.-Б. Сей, К. Маркс, А. Маршалл та інших. Окремі питання становлення та розвитку сфери послуг розглянуто в працях таких російських та українських вчених, як Є. Агабаб'ян, В. Базилевич, Т. Блінов, З. Варналій, Л. Верховодова, Ю. Головін, М. Долішній, Є. Жильцова, Г. Журавльов, В. Козак, Т. Корягіна, В. Куценко, Б. Данилишин, А. Мельник, В. Проскураков, В. Рубе, В. Рутгайзер, В. Новіков, В. Тихомирова, А. Челенков, В. Юхименко, В. Яковлева та ін. Аналіз опублікованих праць і матеріалів, присвячених дослідженню цієї проблеми, показав, що вона має ще багато недосліджених теоретичних питань та невирішених практичних проблем.

**Мета і завдання дослідження.** Метою статті є дослідження сутності сфери послуг, визначення її структури, а також чинників, що формують попит домогосподарств на послуги.

**Вклад основного матеріалу.** Сфера послуг являє собою сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких у системі суспільного виробництва полягає у виробництві й реалізації послуг і духовних благ для населення.

Останні десятиріччя характеризуються посиленням ролі сфери послуг у світовій економіці. Розширюється спектр пропонованих послуг, простежується зростання числа зайнятих у цій сфері. В умовах сучасного суспільства для сфери послуг характерні такі особливості, як високий динамізм, територіальна сегментація, висока швидкість обороту капіталу, значна чутливість до ринкової кон'юнктури у зв'язку з неможливістю транспортування й складування послуги, індивідуальність і нестандартність наданих послуг, висока диференціація продукту в одній галузі, невідповідність інформації у виробника та споживача [7].

З'явилися нові види послуг, зокрема бухгалтерські, аудиторські, консалтингові та ін. Сфера послуг почала розвиватися швидкими темпами, залучаючи все більше підприємців та створюючи нові робочі місця. Основною перевагою сфери послуг, на думку підприємців, є те, що більшість її галузей не потребують на свій розвиток великих фінансових ресурсів та мають порівняно швидкий термін окупності.

Сьогодні сфера послуг у світі є одним із найдинамічніших і найбільших ринкових сегментів, основним чинником успіху на якому є злагоджена та ефективна робота підприємств сфери послуг та наявний попит серед клієнтів. У національних економіках розвинутих країн світу частка послуг у ВВП перевищує 70% і має тенденцію до подальшого збільшення; зайнятість у цій сфері у ФРН становить 41% робочої сили, в Італії – 38%, у Нідерландах – майже 50%, у США – 73%. У сфері послуг зайнята більша частина працездатного населення світу [4].

Залежно від поставлених завдань і цілей, а також від використовуваних принципів і критеріїв групування, можливі і різні класифікації сфери послуг. У статистичній практиці багатьох країн світу і в міжнародній статистичній галузевій класифікації прийнято проводити класифікацію галузей сфери послуг на основі поєднання двох підходів: виробничо-технологічного та функціонально-спеціалізованого. Виробничо-технологічний

підхід виходить із принципу виробничо-технічної та технологічної спільності сервісних галузей як певного вертикального структурного утворення. Функціонально-спеціалізований підхід реалізує різну профільну спрямованість сервісних галузей – від обслуговування виробництва, суспільства, домашнього господарства (функцій щодо розподілу, зберігання, забезпечення ресурсами і товарами) до обслуговування потреб особистості.

Досвід розвинутих країн свідчить, що поєднання виробничо-технічного та функціонально-спеціалізованого підходу до класифікації галузей сфери послуг є досить недосконалим. Відсутня чіткість та єдність в розумінні критеріїв функціональної спрямованості галузі сфери послуг, що призводить до довільного поєднання зазначених підходів при побудові галузевої класифікації сервісних галузей [2].

Структура сфери послуг є такою:

- виробництво матеріальних послуг (транспорт, торгівля, житлово-побутове обслуговування та ін.);
- виробництво нематеріальних послуг (управління, діяльність армії й органів безпеки, освіта, охорона здоров'я, наука, мистецтво, шоу-бізнес, соціальне обслуговування, маркетинг, аудит, кредитування, страхування та ін.).

В економічній теорії існує поняття “секторальної структури” економіки, в основі якого є поділ економіки на сектори за моделлю Фішера-Кларка. Відповідно до цієї моделі, до первинного сектора належить діяльність, що пов'язана з одержанням первинних ресурсів, асоційованих із чинниками виробництва на зразок “земля” (сільське й лісове господарство, рибальство, гірничодобувна промисловість), а до вторинного сектора – галузі обробної промисловості. Третинний сектор охоплює сферу послуг (які Фішер зараховував до “нематеріального” виробництва) [7].

У науковій літературі також має місце розподіл сфери послуг на три сектори:

- інфраструктурний (транспорт, зв'язок, передача електрики і тепла);
- розподільчо-обмінний (торгівля, страхування, фінанси);
- соціально-управлінський (управління, наука, освіта, охорона здоров'я, мистецтво).

Важливо визначити сутність поняття “послуга”. Існують два підходи до визначення послуги: 1) “послуга” як дія, що приносить користь, допомогу іншому; 2) “послуга” як продукт (результат) діяльності сервісного підприємства. В науковій літературі трапляються такі визначення: послугу необхідно розуміти як особливу споживчу вартість, отриману певною працею, як і будь-який інший товар; особливість споживчої вартості послуги полягає в тому, що праця визначає послуги не як річ, а як діяльність (К. Маркс); послуга – процес, що складається із серії невідчутних дій, які за необхідності виникають між споживачем і обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системою підприємства – постачальником послуг (К. Гренрос); послуги – це зміна стану особи або товару, що належать певній економічній одиниці, яка виникає в результаті діяльності іншої економічної одиниці з попередньої згоди першої. Іншими словами, це сукупність робіт, що виконуються для задоволення потреб клієнта і мають певну вартість (Т. Хілл); послуга – це користь, запропонована клієнтові організацією сфери послуг (Р. Норманн); послугою можна вважати діяльність, результати якої не мають матеріального вираження, реалізуються і споживаються в процесі здійснення цієї діяльності (П. А. М'ягков) [3; 6; 8; 9].

Сучасний економічний словник трактує послугу як вид діяльності, робіт, у процесі виконання яких не створюється новий, що раніше не існував матеріально-речовинний продукт, але змінюється якість уже наявного, створеного продукту. Це благо, що надається не у вигляді речей, а у формі діяльності.

Систематизацію послуг найчастіше здійснюють залежно від їх специфічних особливостей. У таблиці 1 подано їх групування за сферою споживання.

Таблиця 1  
Групування послуг залежно від сфери споживання

Сфера споживання	Група послуг	Вид послуг
Виробниче споживання	Інжиніринг	Послуги, пов'язані з підготовкою виробничого процесу; послуги, що забезпечують нормальне функціонування процесу виробництва і реалізації продукції
	Транспортні послуги	Транспортно-експлуатаційні; транспортно-експедиційні; транспортні зв'язки
	Торговельно-посередницькі послуги	Страхові; консигнаційні; компенсаційні; торговельні; агентські; брокерські; комісійні; аукціонні
	Ліцензійні послуги	Франчайзинг; патенти; ноу-хау; торговельні марки
	Фінансові послуги	Кредитні і розрахункові; факторинг; лізинг
	Консалтинг	Експертні; управлінські; облікові; аудиторські; маркетингові; екаунтинг; консультаційні; інформаційні



Особисте споживання	Побутові послуги	Ремонт взуття; індивідуальне пошиття взуття, одягу та ін.; ремонт побутових машин і приладів; ремонт і технічне обслуговування транспортних засобів; хімічне чищення та фарбування; послуги пралень; ремонт і будівництво житла; послуги фото- і фотокінолабораторій; послуги лазень і душів; послуги перукарень; послуги прокатних пунктів; перевезення вантажів для населення; ритуальні послуги.
	Соціально-культурні послуги	Санаторно-курортні й оздоровчі послуги; послуги у сфері культури; туристсько-екскурсійні послуги; послуги з фізичної культури і спорту; охорона здоров'я; послуги з утримання дітей у дошкільних закладах.
	Житлово-комунальні послуги	Квартирні послуги; послуги газопостачання; послуги водопостачання; послуги теплозабезпечення.
	Послуги пасажирського транспорту	Послуги міського транспорту; послуги залізничного транспорту; послуги авіаційного транспорту; послуги морського і річкового транспорту.
	Послуги зв'язку	Послуги теле-, радіозв'язку, електронної пошти.
	Торговельні послуги	Допродажні, в процесі продажу і післяпродажні послуги; приймання замовлень на доставку великогабаритних товарів додому; приймання замовлень на встановлення технічно складних товарів вдома у покупців; надання допомоги при внутрімагазинному транспортуванні великогабаритних товарів; стоянка автотранспорту; незначна переробка побутової електроосвітлювальної апаратури; надання розстрочки платежу під час купівлі товарів; консультаційні послуги інженера з теле-, радіотехніки, побутових машин та приладів.

Джерело: [1]

Основним чинником успіху сфери послуг є стабільний платоспроможний попит з боку домогосподарств. Своєю чергою, рівень попиту домогосподарств на товари та послуги залежить від багатьох чинників, зокрема таких, як доходи, ціни, обсяг майна домогосподарства та ін. Зміна обсягу доходу зумовлює зміну обсягу та структури попиту на споживчі блага. В міру зростання доходу відбувається повніше задоволення першочергових потреб, і більша частка його виділяється на задоволення духовних потреб.

Основними чинниками, що формують попит домогосподарств на послуги, є:

- економічні (зміна доходів населення, рівень цін, інфляція);
- науково-технічні;
- психологічні (суспільна думка, споживчі переваги, сприйнятливність споживачів до реклами);
- соціально-демографічні (динаміка народжуваності та смертності, міграції населення) та інші [5].

Наразі прискорений розвиток сфери послуг та зростання попиту з боку населення зумовлено такими основними причинами.

По-перше, вирішальним чинником розширення сфери послуг є зростання суспільної продуктивності праці в результаті науково-технічного прогресу, та підвищення на цій основі матеріального добробуту населення і покращення якості їх життєдіяльності.

Наприкінці минулого століття німецьким ученим Е. Енгелем (1821–1896 рр.) встановлена статистична залежність зміни структури споживання від зростання доходів населення. Перший закон Енгеля свідчить, що чим вищий рівень доходів, тим менша частина грошових доходів споживачів витрачається на продовольчі товари нижчої якості. Згідно з другим законом Енгеля, чим вищий добробут населення та рівень його доходів, тим більша частка витрат відводиться на продовольчі товари вищої якості і на послуги, пов'язані з розвитком людини. У країнах з розвинутою ринковою економікою частка витрат на харчування у видаткової частини сімейного бюджету становить 18–20%, а частка послуг – 35–40%. Країни, де населення 50% свого сімейного бюджету витрачає на харчування, прийнято зараховувати до бідних.

У сучасній економічній літературі знаходимо досить складні залежності платоспроможного попиту на товари і послуги від доходів, а також визначення коефіцієнтів еластичності попиту від доходу. Очевидним є взаємозв'язок еластичності попиту від доходу (ефект доходу) з еластичністю попиту від ціни (ефект заміщення). Так, позитивний ефект доходу виникає у ситуації, коли зростання доходів безпосередньо призводить до підвищення попиту на товари високої якості і послуги до моменту їх насичення. При цьому ефект доходу може підсилити ефект заміщення.

По-друге, із зростанням суспільного поділу праці змінюється співвідношення робочого і вільного часу, трудової і дозвільної діяльності. Закономірністю розвитку сучасної цивілізації є збільшення обсягу вільного часу працюючих і розширення попиту на різноманітні послуги. Збільшення наявного доходу у населення, що працює, розширює свободу вибору дозвілля – заняття спортом, участь у культурних, оздоровчих заходах, подорожі, туризм та ін.

По-третє, розвиток сучасної цивілізації і зростання якості життя населення підвищує вимоги до охорони навколишнього середовища. Тому поява нових видів послуг, пов'язаних з утилізацією відходів, озелененням та благоустроєм міст, модернізацією водопостачання, каналізації є надзвичайно важливим.

По-четверте, ускладнення соціально-демографічних процесів у сучасному суспільстві. Очевидним є процес старіння суспільства, що тягне за собою зростання витрат на послуги соціального забезпечення та охорони здоров'я. Витрати на медичні послуги однієї людини пенсійного віку в 3-4,5 раза вищі, ніж людини молодих років.

По-п'яте, зі зростанням масштабів і складності виробництва, посиленням диверсифікації кінцевого етапу виробничого процесу і сегментації ринку, ролі послуг у забезпеченні конкурентної переваги на товарному ринку збільшується обсяг і різноманітність послуг, що обслуговують матеріальне виробництво.

По-шосте, перетікання працюючих із виробничої сфери у сферу послуг; автоматизація сільського господарства, що сприяє вивільненню робочої сили для сектора послуг; розширення міжнародної торгівлі.

**Висновки.** Отже, рівень розвитку сфери послуг є одним із найважливіших показників соціально-економічного стану країни, оскільки перебуває під впливом складних суспільно-економічних процесів та є основним чинником динамічного розвитку країни.

#### **Література:**

1. Апопій В. В., Олексін І. І., Шутовська Н. О., Фугало Т. В. Організація і технологія надання послуг : навч. посібник / за ред. Апопія В. В. – К. : ВЦ “Академія”, 2006. – 312 с.
2. Лифанова С. А. Настоящее и будущее сферы услуг в обществе. Медицина и образование в Сибире. – № 6. – 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ngmu.ru/cozo/mos/article/text\\_full.php?id=195](http://www.ngmu.ru/cozo/mos/article/text_full.php?id=195).
3. Маркова В. Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 1996.
4. Моргулець О. Б., Клеца Л. М. Сфера послуг України: реалії сьогодення // Вісник КНУТД. – 2009. – № 3. – С. 154–159.
5. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
6. Мягков П. А. Малые предприятия. – М., 1992.
7. Сфера услуг и проблемы занятости населения / В. В.Котилко, Л. С. Морозов ; Инс-т региональной экономики и муниципального управления, Мос. гос. ун-т сервиса. – М. : МГУ сервиса, 2001. – 112 с.
8. Gronroos C. Service management and marketing. West Sussex, 2000.
9. Service management. Strategy and leadership in Service Business / Ed. R. Norman. – N.Y., 2000.