

В. І. Золотарьова,
здобувач, Міжрегіональна академія управління персоналом
ORCID ID: 0000-0001-7549-8120

DOI: 10.32702/2306-6806.2019.10.103

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСНОВНІ ВИДИ ПРОДУКТІВ СФЕРИ ПОСЛУГ

V. Zolotariova,
applicant, Interregional Academy of Personnel Management

ECONOMIC SUMMARY, CLASSIFICATION AND MAIN TYPES OF SERVICES

Метою статті є здійснення дослідження економічної сутності послуг, класифікації послуг та основних видів продуктів сфери послуг.

У процесі дослідження використовувались: загальнонаукові методи, зокрема: методи теоретичного узагальнення — для дослідження теоретичних основ, характеристик та ознак дефініції "послуга", визначення основних параметрів, що характеризують послугу, а також набули поширення у різних визначеннях цієї категорії; системний підхід — для обґрунтування та формування власного визначення дефініції "послуга", класифікації послуг за об'єктами їх здійснення.

Обґрунтовано причини складності визначення поняття послуги та основні параметри, що характеризують послугу, власне визначення дефініції "послуга".

Наукова новизна полягає у визначенні основних параметрів, що характеризують послугу, а також набули поширення у різних визначеннях обраної категорії, розробці авторського визначення дефініції "послуга", здійсненні класифікації послуг за об'єктами їх здійснення.

Отримані результати дослідження направлені на забезпечення удосконалення засад управління діяльністю підприємств сфери послуг та забезпечення високого рівня конкурентоспроможності та ефективності.

The purpose of the article is to study the economic nature of services, the classification of services and the main products of the service industry. The urgency and necessity of comprehensive consideration and exploration of services is due to the fact that the service sector is one of the most dynamic and significant areas of economic activity, both for Ukraine and most of the world, and according to the classification of services developed by the World Trade Organization and contained in In the General Agreement on Trade in Services, the number of services in general exceeds the mark of 600 species. Yes, it is essential for the domestic economy and, over time, its importance is steadily increasing. The largest share of services is also in the structure of gross domestic product of many developed countries, where it sometimes reaches 70%. Until the introduction of market conditions for the functioning of the economy, the service sector was not a priority for the domestic government, which resulted in the lack of conditions in Ukraine for the normal functioning of this sector, which significantly impeded its development. A radical change in the situation began with the formation of market relations in Ukraine, which led to a significant increase in the domestic service sector.

In the course of the research were used: general scientific methods, in particular: methods of theoretical generalization — to study the theoretical bases, characteristics and features of the definition of "services", to determine the basic parameters that characterize the service, as well as to become widespread in various definitions of this category; systematic approach — to justify and formulate your own definition of "services", to classify services by objects of their implementation.

The reasons for the complexity of defining the concept of service and the basic parameters that characterize the service, its own definition of the definition of "service" are substantiated.

The scientific novelty is to determine the basic parameters that characterize the service, as well as to become widespread in various definitions of this category, to develop the author's definition of the definition of "services", to carry out the classification of services by the objects of their implementation.

The results of the study are aimed at ensuring improvement of the principles of management of activity of the enterprises of the service sector and ensuring a high level of competitiveness and efficiency.

Ключові слова: послуга, дефініція, сутність, класифікація, критерії, групи, характеристика, особливості.
Key words: service, definition, essence, classification, criteria, groups, characteristics, specifics.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Актуальність та необхідність всебічного розгляду та дослідження послуг викликана тим, що сфера послуг є однією з найбільш динамічних та найбільш вагомих сфер економічної діяльності як для України, так і для більшості країн світу, а за класифікацією послуг, що розроблена Світовою організацією торгівлі і міститься в Генеральній угоді про торгівлю послугами, кількість послуг взагалі перевищує відмітку у 600 видів. Так, вона має суттєве значення для вітчизняної економіки і з часом її значимість

постійно збільшується. Найбільшою частка послуг є і у структурі валового внутрішнього продукту багатьох розвинених країни, де вона інколи досягає 70%. До часу запровадження ринкових умов функціонування економіки сфера послуг не була пріоритетною для вітчизняного уряду, внаслідок чого в Україні були відсутні умови для нормального функціонування цієї сфери, що суттєво стримувало її розвиток. Докорінна зміна ситуації розпочалась з часу формування в Україні ринкових відносин, що спричинило значне зростання вітчизняної сфери послуг.

Такий значний розвиток сфери послуг, який спостерігається в світі в останні роки спричинений цілим переліком різноманітних факторів, серед яких основними є:

— державна політика спрямована на мінімізацію та послаблення державного втручання в регулювання економіки та діяльність суб'єктів господарювання, в тому числі шляхом приватизації відповідних підприємств та усунення різноманітних обмежень та бар'єрів в діяльності підприємств, що займаються наданням послуг населенню тощо;

— зміни в пріоритетах просування та ведення бізнесу з цілеспрямованим посиленням сервісної складової в діяльності підприємств та підвищенням якості послуг, що надаються, для розширення кола потенційних споживачів та збільшення їх прихильності до підприємства;

— зміни вподобань та пріоритетів безпосередньо у самих споживачів товарів та послуг, на задоволення яких орієнтуються підприємства;

— поява нових нетрадиційних видів послуг, внаслідок розвитку інформаційних, комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, активне залучення споживачів до переваг, які надає мережа Інтернет;

— подальша глобалізація світової економіки, в тому числі розширення діяльності транснаціональних корпорацій, які здійснюють свою діяльність у сфері послуг.

З огляду на вищевикладене дослідження економічної сутності, класифікації та основних видів продуктів сфери послуг є вкрай важливим для подальшого удосконалення засад та механізмів управління діяльністю підприємств сфери послуг.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питаннями дослідження економічної сутності послуг та їх особливостей займалися такі науковці, як Л. Беррі, К. Гронроус, Д. Коул, В. Апошій, О. Азарян, Н. Іванов, І. Бухтерева, — В. Воронкова, С. Гавриленко, П. Зав'ялов, В. Димидов, Р. Кирилович, О. Любіцева, В. Прищепенко, О. Пащук, О. Решетняк тощо. Класифікації послуг присвячено дослідження А. Грязнової, А. Горна, Є. Жильцова, М. Іванова, М.Ф. Котлера, К. Лавлока, А. Мельник, В. Рутгайзера, Л. Соловйової, Т. Софіної, Т. Хілла, А. Челенкова та інших.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є здійснення дослідження економічної сутності, класифікації та основних видів продуктів сфери послуг.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дефініція "послуга", як і самі послуги, відомі людству з давніх давен, однак серед науковців так і не вироблене єдине універсальне загальноприйняте визначення, яке б задовольняло хоча б більшість з них. За твердженням Н. Миронової до факторів, що стали причиною складності визначення поняття послуги, слід віднести:

— до послуг відносяться усі економічні блага, які неможна віднести до промислового виробництва або сільськогосподарства;

— до послуг відносяться чисельні й різносторонні дії, направлені на різні об'єкти;

— усі види послуг офіційною статистикою відносяться до одного класу економічних благ;

— послуга — гнучкий об'єкт, межі якого легко змінюються [1].

На нашу думку, додатковими факторами цього можуть також бути: по-перше, сама дефініція є багатогранною і, отже, може розглядатись з різних точок зору (наприклад, економічної, соціальної та іншої); по-друге, має місце різноманітність сфер дослідження науковців, рівень комплексності здійснюваних досліджень, особливості питань та завдань самих досліджень, що також може обмежувати саме поняття. Сферу послуг утворюють різноманітні і різніорідні галузі діяльності, які ство-

рюють матеріальні та нематеріальні послуги, що дає підстави стверджувати про неї як про сукупність економічно неоднорідних ринкових сегментів, тобто як цілісну систему, складниками якої є різні види послуг, які потрібні населенню та суспільству для нормальної життєдіяльності загалом та для задоволення потреб кожної людини зокрема [2, с. 26].

Як результат, серед основних параметрів, що характеризують послугу, а також набули поширення у різних визначеннях даної категорії, які були розроблені вітчизняними та зарубіжними науковцями, можна виділити такі:

— послуга як процес, певного роду діяльність, що пов'язано з характером споживання послуг: послуги споживаються в процесі їх надання;

— за її специфічними особливостями, які розглядаються в якості парадигми маркетингу послуг, але їх перелік не є постійним і може включати від однієї до восьми характеристик, водночас "нематеріальність" і "незбережність" використовуються найбільш часто;

— за метою та підсумком її надання, як мета послуги розглядається задоволення потреби, а як підсумок її надання — результат, який не має матеріального прояву, пов'язаний зі зміною стану клієнта або приналежності йому власності (товару);

— за об'єктами впливу — об'єктами впливу послуги виступають людина, суспільство загалом, товари;

— за видом впливу на об'єкт: вплив на об'єкт здійснює як жива, так і матеріалізована праця;

— за сферою застосування: від невиробничої сфери до різних галузей суспільного господарства, в тому числі в матеріальному виробництві.

Більшість науковців вважають послугу такою ж економічною категорією як і товар, який від інших товарів відрізняє те, що його товарна форма є результатом корисних властивостей тієї праці, яку витрачено на надання цих послуг. Проте поняття послуги є більш широким і включає в себе різноманітні види діяльності. Тому стверджувати, що вартість послуги полягає тільки в праці, яку витрачено на її виробництво не є вірним. Існує ряд послуг матеріального характеру, які при наданні не обмежуються фізичною працею обслуговуючого персоналу, в процесі обслуговування можуть бути задіяні обладнання, інструменти, матеріали, електроенергія, інші види енергії тощо. Все це входить у вартість послуги, а отже, має пряме відношення до кінцевого корисного ефекту від самої послуги [3].

Водночас на думку ряду науковців, послуга не є товаром, і, як наполягає Л. Ткаченко, базовими відмінностями послуги від товару є такі:

1. Невідчутність — послугу неможливо продемонструвати, спробувати, відчуті до моменту безпосереднього придбання.

2. Нерозривність виробництва і споживання: у сфері послуг виробництво і споживання послуги поєднані в один процес і відбуваються одночасно.

3. Мінливість якості послуг проявляється в тому, що якість послуги може сильно відрізнитися під впливом багатьох суб'єктивних та об'єктивних факторів.

4. Нездатність до зберігання проявляється в тому, що послуги неможливо виробити завчасно, а споживати в міру необхідності або можливості [4, с. 45].

На нашу думку, послуга є товаром, але товаром специфічним, з певними, притаманними лише йому особливостями та характеристиками, а ті що перераховані вище є одними з них. Загалом вважаємо, що до основних, ознак послуги необхідно віднести такі:

1) послуга не має чітко вираженого матеріального характеру;

2) має місце спрямованість послуги на досягнення певного ефекту або результату;

3) послуга є невіддільною від джерела, яким вона надається — це стосується і виконавця, і процесу надання послуги;

4) послуга має миттєву споживність, що її отримує споживач послуги;

5) якість будь-якої послуги має нестійкий, мінливий характер;

6) будь-яка послуга здійснюється задля виконання певного завдання чи мети її отримувача;

7) послуга завжди має визначений характер і є результатом певної дії, того хто її надає.

Все це знайшло відображення і безпосередньо на ринку сфери послуг, серед основних особливостей якої виділяються такі:

— невизначеність послуг ставить споживача послуг у незручне положення, адже надання послуг, змушує її виробника мати певні знання, уміння, володіти майстерністю;

— у разі надання послуг, складно порівняти через конкуренцію, дві або більше конкуруючі пропозиції: можна лише зіставляти очікування і реально отримання вигоди;

— інертність споживача — чинник, який забезпечує повторення "придбання" послуги;

— потужний рівень чутливості до змін на ринку: це пояснюється неможливістю зберігання і трансформування послуг;

— організаційну особливість виробництва послуг, де виробниками послуг виступають (в основному) малі та середні виробники, оскільки володіють мобільністю та гнучкістю у конкуруючому середовищі;

— специфіка перебігу надання послуг, яка пов'язана з особистими контактами споживача і виробника послуг, а це в свою чергу збільшує вимоги до культури обслуговування, професійної підготовки та етики відносин [5].

Що стосується дефініції "послуга", то за результатами ж здійсненого вище аналізу сутності дефініції "послуга", нами було розроблено власне визначення дефініції "послуга". Таким чином, послуга — це специфічний товар, який утворюється внаслідок економічної діяльності, як певні вигоди, блага та інші користі, що їх отримує споживач.

Зупинимось тепер більш детально на класифікації послуг. За результатами здійсненого нами аналізу, всі класифікації за об'єктами їх здійснення можна поділити на три великі групи:

1. Класифікації, що надаються міжнародними організаціями і спрямовані на виконання конкретних завдань: класифікації — Світової організації торгівлі, Світового банку, Організації економічного співробітництва та розвитку, Міжнародного валютного фонду тощо.

2. Класифікації, що надаються різноманітними національними і міждержавними організаціями, наприклад, для макроекономічного аналізу і міжнародних порівнянь: Класифікація видів економічної діяльності Статистичної Комісії Європейського Союзу і Міжнародна стандартна галузева класифікація видів економічної діяльності Організації Об'єднаних Націй (ISIC).

3. Класифікації, що надаються фахівцями наукової сфери в межах здійснюваних ними досліджень, а також класифікації в законодавчих та нормативно-правових актах країн.

З першої групи найбільш вживаною є класифікація Світової організації торгівлі. За цією класифікацією, що міститься в Генеральній угоді про торгівлю послугами Світової організації торгівлі, усі послуги класифіковано на 12 секторів:

- ділові послуги;
- послуги у сфері зв'язку й аудіовізуальні послуги;
- будівельні та пов'язані з ними інженерні послуги;
- дистрибуторські послуги;
- послуги у сфері освіти;
- послуги, пов'язані з захистом навколишнього середовища;
- фінансові послуги;
- послуги у сфері охорони здоров'я і соціального забезпечення;
- туризм і послуги, пов'язані з подорожами, послуги з організації дозвілля, культурних і спортивних заходів (крім аудіовізуальних послуг);
- транспортні послуги;
- інші послуги.

Кожен сектор в Генеральній угоді про торгівлю додатково поділяється на підсектори (всього 155) [6].

Трохи іншу класифікацію послуг пропонує Світовий Банк, який в свої класифікації робить акцент на русі факторів виробництва:

— факторні послуги (factor services) — платежі, які виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва, передусім із капіталом та робочою силою (доходи чи інвестиції, роялті та ліцензійні платежі, заробітна плата, сплачена нерезидентам);

— нефакторні послуги (non-factor services) — послуги, не пов'язані з рухом факторів виробництва (транспорт, туризм, інші нефінансові послуги).

За класифікацією Організації економічного співробітництва та розвитку класифікує послуги поділяються на такі групи:

1) дистрибутивні послуги — характеризуються тим, що є пов'язаними з розповсюдженням товарів та інформації чи переміщенням осіб. Частина таких послуг призначена для безпосереднього споживання (індивідуального чи групового), однак більшість виконує посередницькі функції на шляху руху продукції до споживача (роздрібна торгівля) та у виробничому процесі (транспортні послуги);

2) особисті послуги — характеризуються тим, що спрямовані на задоволення індивідуальних потреб певної особи, наприклад, послуги готелів і ресторанів, послуги у сфері відпочинку та розваг, перукарські й інші послуги;

3) виробничі послуги — характеризуються тим, що пов'язані безпосередньо з процесом матеріального виробництва та призначені для відповідних суб'єктів господарювання, в тому числі домогосподарств. До цієї групи належать: фінансове посередництво, операції з нерухомістю, найм машин і устаткування, консультативні послуги у сфері інформатизації, технічний контроль, реклама і т.п.;

4) соціальні послуги — характеризуються тим, що це безпосередньо неринкові послуги, які спрямовані на задоволення різноманітних особистих та суспільних потреб людей, зокрема, послуги, пов'язані з державним управлінням і соціальним страхуванням, охороною здоров'я та соціальною допомогою, послуги у сфері освіти та культури [7].

Державна статистика США користується північноамериканською класифікаційною статистичною системою, в якій окремо виділено підсектор ділових та професійних послуг у загальній структурі сектору послуг. До цього підсектору відносяться:

- професійні, наукові та технічні послуги;
- послуги управління компаніями (менеджмент);
- допоміжні, супровідні послуги, управління відходами та санацію [8].

За Класифікацією зовнішньоекономічних послуг, що затверджена Наказом Державної служба статистики України від 27.02.2013 — № 69, виділяються такі групи послуг:

- послуги з переробки матеріальних ресурсів — уключають обробку, складання, маркування й упаковку, що здійснюються підприємствами, які не є власниками товарів;
- послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій — уключають роботи з технічного обслуговування і ремонту, здійснювані резидентами стосовно до товарів, що перебувають у власності нерезидентів (і навпаки);
- транспортні послуги — охоплюють процес перевезення людей та предметів із одного місця в інше, а також суміжні супутні та допоміжні послуги та здавання в оренду (фрахт) транспортних засобів з екіпажем;
- послуги, пов'язані з подорожами — охоплюють товари і послуги, придбані в країні відвідування нерезидентами цієї країни для власного споживання або подальшої передачі третій особі;
- послуги з будівництва — охоплюють створення, відновлення, ремонт, продовження терміну експлуатації капітальних активів або управління такими капітальними активами у вигляді будівель, інженерно-технічного

благоустрою земельних ділянок та інших будівельних об'єктів, як-от: дороги, мости та греблі;

— послуги зі страхування — охоплюють здійснення страховими компаніями — резидентами різних видів страхування для нерезидентів і навпаки;

— послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю, — охоплюють послуги, які звичайно надаються банками та іншими фінансовими посередниками і допоміжними організаціями;

— рояліті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності, — охоплюють продукти інтелектуальної власності, які уключають: збори за використання прав власності, наприклад патентів, товарних знаків, авторських прав, промислових процесів та конструкторських розробок, торгових секретів і франшиз, права на які виникають у результаті наукових досліджень і дослідно-конструкторських розробок, а також у результаті маркетингу; платежі за ліцензії та інше;

— послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги — визначаються з точки зору характеру послуги, а не методу доставки;

— ділові послуги — уключають послуги у сфері наукових досліджень і розробок, професійні послуги та послуги консультування з питань управління та технічні послуги, пов'язані з торгівлею, та інші ділові послуги [9].

Що стосується класифікації послуг у науковій сфері, то тут також відсутня єдина позиція. Так, К. Лавлоком запропонована класифікація послуг за такими критеріями: за ступенем відчутності послуг і об'єктом, на який спрямовані ці послуги:

— відчутні дії, спрямовані на тіло людини — до них науковець відносить охорону здоров'я, пасажирський транспорт, салони краси і перукарні, спортивні заклади, ресторани і кафе тощо;

— відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти, — до них науковець відносить вантажний транспорт, ремонт і утримання устаткування, охорона, підтримання чистоти і порядку, пральні, хімічистки, ветеринарні послуги тощо;

— невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини, — до них науковець відносить освіту, радіо-, телевізійне віщання, інформаційні послуги, театри, музеї тощо;

— невідчутні дії з невідчутними активами — до них науковець відносить Банки, юридичні і консультаційні послуги тощо [10].

Деяко подібну класифікацію послуг пропонують Р. Стерн з Б. Хоекманом та Г. Семпсон і Р. Снейпом:

— відокремлені послуги, які не потребують руху виробників та споживачів (наприклад, послуги, утілені в товарах: книги, диски і т.п. або послуги, якими торгують в електронний спосіб);

— переміщення виробника до споживача (певні види консультування);

— переміщення споживача до виробника (наприклад туризм);

— невідокремлені послуги, де постачальники та споживачі послуг переміщуються дотретьою країни (наприклад, надання послуг із проведення світових спортивних чемпіонатів) [11; 12].

Заслуговує на увагу класифікація розроблена Т. Софіною, в основі якої лежить роль послуг у суспільному відтворенні:

— послуги першого рівня, де економічні відносини характеризуються домінуючим внеском людського фактора та високим ступенем персоналізації ефекту праці, першорядною значимістю креативної складової (наука й освіта, інформаційне обслуговування, культура і мистецтво, охорона здоров'я, включаючи фізичну культуру і спорт, рекреаційні, ділові й інші послуги);

— послуги другого рівня, яким притаманна вищий ступінь опосередкованих елементів об'єктивованого характеру та які базуються на меншій інтерактивній взаємодії виробника і споживача (побутові послуги, телекомунікаційне обслуговування, транспорт, послуги

фінансово-кредитної сфери і страхування, послуги житлово-комунального господарства, громадського харчування та торгівлі й ін.) [13, с. 104—114].

Більш широкий перелік критеріїв до класифікації послуг пропонується Я. Остафійчуком, яку автор вивів на основі узагальнення численних підходів до класифікації послуг:

— товарна форма / ступінь матеріальності (відчутності) результату (можна виділити матеріальні; частково матеріальні; нематеріальні або "чисті" послуги);

— склад послуги (одиничні; складаються із декількох одиничних послуг; комплексні (багатокомпонентні) послуги);

— міра контакту виробника та споживача (потребують безпосередньої присутності споживача; можливе використання різної технології надання послуги; не потребують присутності споживача);

— об'єкт впливу обслуговуючої діяльності (направлені на свідомість; направлені на людину; направлені на фізичні об'єкти; пов'язані з обробкою інформації);

— характер вкладу у задоволення потреби споживача послуги (основні; допоміжні; підтримуючі (сервісні); інфраструктурні);

— рівень масовості обслуговування (індивідуальний клієнт; колективний клієнт; корпоративний клієнт);

— рівень стандартизації послуги (унікальні; нестандартизовані; частково стандартизовані; стандартизовані);

— рівень залучення споживача у процес виробництва (відчутні дії, що впливають безпосередньо на споживача; відчутні дії, що впливають на майно споживача; невідчутні дії, направлені безпосередньо на споживача; невідчутні дії, направлені безпосередньо на майно споживача);

— сфера надання послуг (ділові або бізнес-послуги; споживчі; соціальні);

— міра добровільності обслуговування (добровільні; мериторні; нав'язані);

— цільові настанови на прибутковість (мають за мету максимізацію прибутку; припускають одержання прибутку, однак націлені на вирішення соціальних проблем; націлені виключно на вирішення соціальних проблем);

— участь держави у фінансуванні (бюджетні; змішані; позабюджетне фінансування);

— ступінь соціальної значимості (з сильно вираженою соціальною значимістю; з середнім ступенем соціальної значимості; не значимі з точки зору суспільної користності) [14].

Запропонована Я. Остафійчуком класифікація викликає зацікавленість, але переважно з наукової, дослідницької точки зору, адже з практичної точки зору вона не є дієвою і доволі складною для підприємців. На відміну від неї, систематизована класифікація послуг К. Антоноука є дієвою та більш прикладною. К. Антоноук виділяє такі класифікаційні критерії з відповідними їм видами послуг:

— за галузевими напрямками: фінансові; зв'язку; будівельні та проектно-конструкторські; науково-дослідні та дослідно-конструкторські; транспортні; професійні та ділові (юридичні, медичні тощо); комерційні; туристичні; аудіовізуальні;

— за характером спрямування послуг: споживчі, соціальні, виробничі, розподільчі;

— за національними ознаками: послуги для внутрішнього споживання та міжнародні послуги;

— за зв'язком із торгівлею та рухом капіталів;

— послуги, пов'язані з торгівлею (транспортні, технічне обслуговування, страхування та ін.);

— послуги, пов'язані з інвестиціями та виробничою кооперацією (передавання технологій, готельні, професійні та ін.);

— послуги, пов'язані і з інвестиціями, і з виробничою кооперацією та торгівлею (зв'язок, будівництво, обслуговування виробничого обладнання);

— послуги автономного характеру (інформаційні, особисті, культурні, рекреаційні та ін.);

— за пов'язаністю із виробничими факторами: факторні послуги (будівництво, інжиніринг, передача технологій), нефакторні послуги (транспортні, фінансові, туристичні, інші, не пов'язані із виробничим процесом);

— за природою дій послуг: відчутні (будівельні, транспортні, інжинірингові), невідчутні (зв'язок, телекомунікації, освіта);

— за характером переміщення виробника й споживача:

— послуга пропонується на території її споживання;

— послуга споживається за кордоном, що визначає переміщення її споживача;

— послуга пропонується й на території її споживання, й за кордоном;

— послуга не переміщується з країни в країну;

— за законністю послуги: легальні, напівлегальні та нелегальні [15].

Слід звернути увагу, що в даних класифікаціях не враховується класифікація електронних послуг, незважаючи на їх значне поширення та подальше збільшення, ні за видами електронного подання, за сферою діяльності, за суб'єктом видання, за споживачами, за місцем отримання з точки зору клієнта та з точки зору залучення в електронний сервіс та іншими особливостями.

На нашу думку, правильним є виділення видів або класів послуг, які відрізняються одне від одного за певними суттєвими ознаками, водночас, у середині вони мають відповідати певним характеристикам, потребам, можливостям. Види або класи необхідно виділяти залежно від потреб, які мають місце або завдання, на виконання яких така класифікація розробляється та запроваджується.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

У роботі досліджено та узагальнено теоретичні основи, характеристики та ознаки дефініції "послуга", визначено основні параметри, що характеризують послугу, а також набули поширення у різних визначеннях даної категорії. Здійснений нами аналіз економічної сутності послуг, класифікації послуг та основних видів продуктів сфери послуг дозволив розробити власне визначення дефініції "послуга": послуга — це специфічний товар, який утворюється внаслідок економічної діяльності, у вигляді певних вигід, благ та іншої користі, що їх отримує споживач. Додатково в роботі розглянуто поширені класифікації послуг та їх особливості, а також розроблено власну класифікацію послуг за об'єктами їх здійснення.

Література:

1. Миронова Н.В. Маркетинг различных типов услуг. Маркетинг в России и за рубежом. 2003. № 4. С. 26—36.

2. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг: [навч. посіб.]. К.: Академія. 2006. 312 с.

3. Моргулець О.Б. Розвиток сучасного понятійно-категоріального апарату теорії послуг [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Morgulets_st.pdf (дата звернення: 25.08.2019).

4. Ткаченко Л.В. Маркетинг послуг. Дніпропетровськ: Видавництво ДУЕП. 2002. 192 с.

5. Штирліна А.А. Адміністративні послуги: види, органи та основні засади. Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal. 2014. № 04 (04). С. 127—134.

6. Генеральна угода про торгівлю послугами [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=981_017 (дата звернення: 14.08.2019).

7. OECD Employment Outlook. Paris: OECD. 2000. 68 p.

8. United States Department of Labor. About the Professional, Scientific, and Technical Services sector [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.bls.gov/iag/tgs/iag54.htm> (дата звернення: 25.08.2019).

9. Класифікація зовнішньоекономічних послуг, затверджена Наказом Державної служба статистики України від 27.02.2013 № 69.

10. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. 4-е изд.: Пер. с англ. М.: Изд. дом "Вильямс". 2005. 995 с.

11. Stern R.M. Issues and Data Needs for GATT Negotiations on Services. The World Economy. 1987. № 10. P. 39—60.

12. Sampson G. Identifying the issues in trade in services / G. Sampson, R. Snape. The World Economy. 1985. № 8. P. 171—182.

13. Софина Т.Н. Рынок услуг (методологические основы формирования и функционирования): дис.... д-ра экон. наук: 08.00.01 / Т.Н. Софина. СПб. 1999. 304 с.

14. Остафійчук Я.В. Підходи до класифікації послуг у контексті формування системи управління сферою послуг. Ефективна економіка. 2012. № 1 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=892> (дата звернення: 14.08.2019).

15. Антонюк К.В. Визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 6. С. 46—51.

References:

1. Mironova, N.V. (2003), "Marketing of different types of services", Marketing in Russia and abroad, vol. 4, pp. 26—36.

2. Apopiі, V.V. (2006), Orhanizatsiya i tekhnolohiya nadannya posluh [Service organization and technology], Akademiia, Kyiv, Ukraine.

3. Morgulets, O.B. (2013), "Development of modern conceptual and categorical apparatus of service theory", available at: https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Morgulets_st.pdf (Accessed 25 August 2019).

4. Tkachenko, L.V. (2002), Marketynh posluh [Marketing services], Vydavnytstvo DUEP, Dnepropetrovsk, Ukraine.

5. Stirlin, A.A. (2014), "Administrative services: types, organs and basic principles", Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal, vol. 04 (04), pp. 127—134.

6. WTO (1994), "General Agreement on Trade in Services", available at: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=981_017 (Accessed 14 August 2019).

7. OECD (2000), Employment Outlook, Paris, France.

8. United States Department of Labor (2019), "About the Professional, Scientific, and Technical Services sector", available at: <https://www.bls.gov/iag/tgs/iag54.htm> (Accessed 25 August 2019).

9. State Statistics Service of Ukraine (2013), "Classification of foreign economic services", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0069832-13> (Accessed 25 August 2019).

10. Lovelock, K. (2005), Marketing uslug: personal, tehnologija, strategija [Marketing of services: personnel, technology, strategy], Moscow, Russia.

11. Stern, R.M. (1987), "Issues and Data Needs for GATT Negotiations on Services", The World Economy, vol. 10, pp. 39—60.

12. Sampson, G. (1985), "Identifying the issues in trade in services", The World Economy, vol. 8, pp. 171—182.

13. Sofina, T.N. (1999), "Services market (methodological bases of formation and functioning)", Abstract of Ph.D. dissertation, Economy, St. Petersburg, Russia.

14. Ostafiyuchuk, Y.V. (2012), "Approaches to the classification of services in the context of the formation of a service management system", An efficient economy, vol. 1, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=892> (Accessed 14 August 2019).

15. Antonyuk, K.V. (2015), "Determinants of development of modern international trade in services", Global and national problems of economy, vol. 6, pp. 46—51.

Стаття надійшла до редакції 26.09.2019 р.