

УДК 338.487:[338.33:330.123.4/.6]

КРИТЕРІАЛЬНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОЗНАКИ ПОСЛУГ ТА ЇХНІ ОСОБЛИВОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Марта Мальська, Юрій Занько

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Дорошенка, 41, м. Львів, Україна, 79000,*

Розтлумачено послуги за різними критеріями та функціями, які вони виконують у суспільстві. Проаналізовано критеріальний підхід до визначення функцій послуг. Розглянуто систему функцій послуг сучасного суспільства (обидві її групи). Визначено мету класифікації послуг. Висвітлено класифікацію послуг за різними критеріями. Наведено принципи класифікації послуг. Розглянуто поділ послуг, що використовують у міжнародній торгівлі.

Ключові слова: послуга, класифікація послуг, функції послуг.

Послуги можна характеризувати за різними критеріями і функціями, які вони виконують у суспільстві.

З точки зору сучасного розвитку суспільства актуальним є критеріальний підхід до визначення функцій послуг, запропонований М. Кастельсом і Р. Райхом.

На думку М. Кастельса, в інформаційному суспільстві головну роль для виробництва відіграють ділові послуги. Він також виокремив соціальні, індивідуальні (персональні) і послуги сфери розподілу. Як підкреслює В. Іноземцев, концепція М. Кастельса слугує досконалим прикладом реалізації функціонального принципу класифікації послуг [1].

Спираючись на критерій інтелектуальних і комунікативних взаємодій, Р. Райх виокремив виробничі послуги, окрім послуг персональних. Їх він поділяв на традиційні, частка яких, за умов технологізації процесів обслуговування, швидко скорочується, і нові – інноваційні, частка яких швидко зростає.

Маркетологи Ф. Котлер, К. Лавлок, Т. Холл, використовуючи різні базові критерії товарної форми руху послуг, поділяли їх на «чисті» (невідчутні) та послуги, які мають матеріальну форму (відчутні) [2].

Значимо, що С. Невадзі виокремлював виробництво послуг на користь виробників і на користь споживачів. Перше задовольняє потреби виробників опосередковано, а друге – безпосередньо. Спираючись на такий підхід, С. Невадзі поділив систему функцій послуг сучасного суспільства на дві групи: перша стосується економічних і суспільно-господарських функцій, друга – неекономічних функцій [3].

На його думку, послуги першої групи виконують такі функції:

- обслуговування виробничих процесів, завдання яких полягає у створенні матеріальних благ;
- побутові, пов'язані із задоволенням людських потреб через розвиток

комунального і житлового господарства, а також послуги торгівлі, транспорту, зв'язку та ін.;

- соціальні – з охорони здоров'я, суспільного захисту;
- культуротворчі та освітні, що знаходять свій прояв у розповсюдженні і піднесенні рівня освіти і культури в суспільстві;
- науково-дослідні, пов'язані з розвитком наукових досліджень; вони стимулюють науковий, технічний прогрес у державі;
- адміністративно-управлінські, які забезпечують функціонування національної економіки.

До другої групи належать такі неекономічні функції послуг:

Купівельна. Багато послуг збільшує споживчу вартість продуктів, у такий спосіб забезпечуючи потреби клієнтів. Дослідження засвідчують, що 25 % клієнтів, незадоволені отриманими послугами, більше їх не купують. Найчастіше відчуття невдоволення викликають неналежні якість і швидкість обслуговування, надмірна ціна.

Підтримувальна. Через послуги для клієнтів підприємство, що виробляє товар, може компенсувати незадоволення його ціною. Покупці погоджуються на вищі ціни виробів, якщо до них «додають» послуги, які допомагають позбутися численних проблем (фаховий монтаж, збереження, доставка, навчання). Забезпечення з боку торгівлі певного рівня послуг, що супроводжують продаж, є для багатьох виробників товару і посередників важливою умовою поставок (це стосується виробництва побутової техніки, косметичних товарів).

Інформаційна. Персонал, який надає послуги, може збирати інформацію про попит на товари і пов'язані з ними послуги, про їхню ціну та якість. Крім того, має змогу ознайомитися з інформацією конкурентів-послугодавців.

Критерієм призначення послуги є тісний зв'язок з потребою, яку вона задовольняє. Згідно з цим критерієм, послуги поділяють за потребами на першорядні (побутові, природні, фізіологічні) та набуті (соціальні, економічні).

Первинні функції забезпечують найнеобхіднішими та узагальненими послугами, які задовольняють потреби існування людини (наприклад, харчові, житлові, комунальні, безпеки, відпочинку, охорони, інформації).

Основою виокремлення вторинних функцій послуг є набуті потреби. До функцій цих послуг належить задоволення різних людських потреб. З одного боку, вони є результатом вимог людини, пов'язаних з її життєдіяльністю, а з іншого – визначаються впливом середовища, в якому вона живе. До послуг, які їх задовольняють, належать такі види діяльності:

- туризм;
- культура;
- діяльність бібліотек, музеїв;
- діяльність, пов'язана з азартними іграми;
- діяльність шлюбних бюро;
- курси іноземних мов тощо.

Наше дослідження присвячене вивченню споживчих послуг, які стосуються корисних нематеріальних продуктів, пов'язаних із процесом індивідуального і

колективного споживання. Споживчі послуги є результатом:

- праці, яка спрямована на об'єкти, що використовують у процесі споживання (налагодження, ремонт, консервація);
- праці, яка полягає в тому, щоб зробити доступним для споживачів устаткування і приміщення з метою їхньої експлуатації, наприклад, послуги в сфері транспорту і сполучення, а також торгівлі;
- виробництва корисних нематеріальних продуктів, які безпосередньо задовольняють такі потреби людей у сфері індивідуального і колективного споживання, як житлові, комунальні послуги, наука, освіта і культура, охорона здоров'я, соціальне забезпечення, туризм, фізичне виховання і так звані особисті послуги (фотографічні, перукарсько-косметичні і т. п.).

Метою класифікації послуг за критерієм споживача є створення через правові та економічні норми умов, які б сприяли задоволенню потреб визначених суспільних груп.

Наступним із перелічених критеріїв класифікації послуг є характер результату праці. Цей критерій теж пов'язаний з потребою, яку ці послуги задовольняють безпосередньо або опосередковано. Застосовуючи критерій вартості результату праці, послуги можна виокремити такі послуги:

- реставраційні, або ремонтні, метою яких є збереження, відновлення чи охорона споживчої вартості благ;
- інформаційні, які полягають у збереженні та перетворенні інформації;
- дистрибуційні, метою яких є оновлення або збільшення вартості речових ресурсів, які потрібні людині для виробництва чи споживання;
- рекреаційні, які діють безпосередньо на людину (лікувальні чи гігієнічно-естетичні), або лише створюють умови для самостійного відпочинку людини (туристичні, спортивні);
- освітньо-культурні, які полягають у переданні знань людям, відчуттів певній особі або групі осіб; до них належать культурні, освітні і виховні послуги;
- організаційні, сутність яких полягає в ухваленні та переданні рішення окремим особам або соціальним групам.

Поділ послуг, згідно з критерієм вартості результату праці, широко застосовують у науковій літературі. Як зауважив Р. Корстен, поділ послуг на прямі (*direct*) й опосередковані (*indirect*) ідентичний до запропонованого І. Й. Грінфільдом поділу на споживчі (*consumer services*) і виробничі (*producer services*) послуги.

З критерієм вартісного результату праці також пов'язані інші властивості (ознаки). Наприклад, зв'язок послуги з матеріальними благами дає змогу виокремити взаємодоповнювальні і замінні послуги. Враховуючи різновиди ринків, можна виокремити послуги, які надають на ринках забезпечення та збуту, на ринку праці.

Ще одним критерієм класифікації послуг є об'єкт діяльності, згідно з яким послуги поділяють на:

- виробничі, об'єктом яких є предмети вже існуючі, якими споживач володіє як виробник;
- особисті, об'єктом яких є споживач послуги – фізична особа;
- інформаційні, об'єктом яких є інтелект або свідомість користувача послуг;

ці послуги задовольняють властиву людині пізнавальну потребу у різноманітних її аспектах;

– управлінські, об'єктом яких є людина як частина певного колективу; загалом ці послуги можна розуміти як вплив одного об'єкта (керівника) на інший (керований) об'єкт; вони спрямовані на те, щоб керований об'єкт поведився згідно з поставленою перед ним метою (прикладом такої діяльності є праця судді, податківця, керівника).

За критерієм сплачуваності послуги поділяють на ринкові і неринкові. У процесі задоволення людських потреб певну частину послуг передають суспільству на неоплачуваних засадах або із застосуванням оплати частинами. Задоволення потреб на цих засадах уможливорює існування специфічної форми споживання – колективного споживання. Економічною функцією такого споживання є формування кількісного і якісного зростання споживання визначених матеріальних благ і послуг, які відіграють важливу роль у процесі суспільно-культурного розвитку суспільства. Прикладом послуг, які фінансують переважно з державного бюджету, є освіта і виховання, охорона здоров'я, культура і мистецтво.

Вартими уваги є також такі запропоновані іншими авторами напрями класифікації послуг:

1. За ступенем обов'язковості отримання послуг. Попит на послуги відображає потреби всього суспільства, а не тільки певних груп населення. Суспільство ніби зобов'язане користуватися послугами. Враховуючи ступінь обов'язковості отримання послуг (ступінь необхідності надання послуг), можна виокремити такі їхні групи:

– обов'язкові, отримання яких є примусовим, незалежно від об'єктивної ситуації та суб'єктивної оцінки (навчання в загальноосвітній школі, медично-профілактичні заходи); для них характерний найвищий ступінь просторового взаємозв'язку між розміщенням послуг і населення;

– обов'язково-суб'єктивні, отримання яких є примусовим за певних умов (у цьому випадку населення може робити вибір залежно від ситуації та суб'єктивної точки зору); ці послуги вважають примусовими, якщо вони торкаються головних елементів побуту населення (здоров'я, кваліфікації): об'єктивні обставини життя в суспільстві змушують до того, щоб користуватися цими послугами;

– факультативні, без обмежень – це послуги, отримання яких є цілком добровільним, наприклад, відвідування клубу, кінотеатру, будинку культури, спортивного центру (в цьому випадку свобода вибору не обмежується жодними чинниками, проте ступінь використання цих послуг залежить від культурного рівня населення); схильність до їхнього використання можна регулювати регіональною соціальною політикою;

– факультативні, з обмеженнями – це послуги, отримання яких є добровільним, однак ухвалення рішення залежить від певних чинників у різних групах населення, наприклад, працювати матері, відмовитися від своєї роботи чи віддати дитину в ясла, дитсадок (це рішення значною мірою залежить не настільки від волі батьків, наскільки від їхнього економічного становища).

Попит на всі типи послуг, за винятком обов'язкових, в окремих регіонах залежить від різного поєднання чинників, що їх формують. Серед них найважливішу роль відіграє рівень соціально-економічного розвитку регіону.

2. За часом появи результату послуги поділяють за часовим критерієм прояву результату:

- після тривалого проміжку часу; до них належать: система закладів загальної освіти, наука (фундаментальні дослідження), деякі типи закладів медичного обслуговування, що мають характер первинної профілактики (боротьба з окремими хворобами);

- після проміжку часу середньої тривалості: система середніх спеціальних, вищих навчальних закладів;

- після короткого проміжку часу: заклади медичного обслуговування, система основних закладів професійної освіти, перепідготовка спеціалістів;

- дуже швидко, які можуть спричинити, наприклад, до вивільнення додаткової робочої сили (ясла, дитячі садки, інтернати) чи вивільнення вільного часу (крамниці, пункти особистих послуг тощо).

3. За розміром території, на якій надають послуги. Цей критерій часто ототожнюють із частотою використання послуг чи зі ступенем задоволення потреб. Їх можна поділити на послуги:

- первинні, які розповсюджують в межах села, селища, міста; це крамниці з товарами першої необхідності, неповні середні школи, медпункти, дитячі садки;

- вищої категорії, або вторинні, зосереджені в центрах:

- мікрорайонів (груп сіл, малих міст): громадські бібліотеки, читальні, будинки культури, кінотеатри, оздоровчі центри, спортивно-рекреаційні заклади;

- районів великих міст: система закладів середньої освіти, переважно загальної, професійні консультації, амбулаторії, районні лікарні, бібліотеки тощо;

- регіонів (спеціалізовані лікарні, спеціалізовані амбулаторії, спеціальні школи, наукові бібліотеки, архіви, навчальні заклади, філармонії, театри тощо);

- агломерацій.

4. За періодом надання послуги є:

- постійними, що надають лікарні, швидка допомога, притулки;

- визначеними в часі, що надають у певний час доби школи, дитячі садки, ясла, амбулаторії, оздоровчі центри, крамниці, кінотеатри тощо.

5. За характером зв'язку з певною територією послуги бувають пов'язані з:

- відносно вільним типом розміщення (наприклад, надають спеціалізовані лікарні);

- певною територією, з огляду на наявність умов їхньої пропозиції (туристично-рекреаційні);

- певною територією, з огляду на величину й умови попиту: школи з певним профілем навчання, професійна медицина.

6. За соціальним середовищем, необхідним для діяльності, вирізняють послуги, які:

- потребують певного соціального середовища, їх надають наукові установи, університети, телевізійні студії, філармонії, оперні театри тощо;

- є відносно байдужими до існування соціального середовища послуг середніх шкіл, неповних середніх шкіл, науково-дослідних та відомчих інститутів, крамниць.

7. За результатом діяльності К. Полярчик виокремлює такі послуги [4]:

- реставраційні (ремонтні): відновлення (охорона) споживчої вартості матеріальної продукції;
- інформаційні: зберігання, переробка, передавання інформації (обчислювальні, інформаційні, статистичні центри тощо);
- розподільчі: зберігання, передавання матеріальних благ, збільшення засобів виробництва і споживання людини (транспорт, склади, магазини, торгівля);
- рекреаційні: відновлення фізіологічного стану людини (спорт, туризм);
- культурно-освітні: збагачення інформаційних знань людей (освіта, наука, культура);
- організаційні: зміцнення та вдосконалення організаційних систем (адміністрація, фінанси тощо);
- оздоровчі: збереження фізіологічного стану людини (медичне обслуговування, соціальне забезпечення).

8. За функцією у процесі задоволення потреб населення Ч. Нєвадзі [3] вирізняє послуги, пов'язані з:

- задоволенням потреб (житлові, торговельні, ремонтно-реставраційні, ремонтно-будівельні, пральні, особисто-побутові, побутові);
- потребою в охороні здоров'я, соціальному забезпеченні, фізичній культурі – соціальні;
- реалізацією потреб у цивілізаційному й технічному розвитку – культуротворчі і просвітницькі;
- потребами, що впливають із розвитком, стимулюванням технічного та організаційного прогресу в національній економіці – науково-дослідні;
- потребами в забезпеченні умов ефективного функціонування національної економіки – адміністративно-організаторські.

З позицій багатофункціональності послуг їхню класифікацію необхідно здійснювати комплексно з урахуванням задоволення потреб і участі у створенні споживчої вартості. На думку багатьох учених, всі види послуг можна класифікувати як послуги виробничого і особистого споживання, а також за формами власності, за участю у створенні споживчої вартості (табл. 1).

Крім того, залежно від ролі людського чинника, виокремлено послуги з високим ступенем персоналізації (наука і освіта; інформаційне обслуговування; культура і мистецтво; охорона здоров'я, включаючи фізичну культуру і спорт; відпочинкові послуги; рекреаційні; ділові) і з меншим ступенем персоналізації (побутові; телекомунікаційне обслуговування; транспорт; послуги фінансово-кредитної сфери і страхування; послуги житлово-комунального господарства; громадське харчування; торгівля).

Різноманітність критеріїв функціональних ознак послуг дає змогу класифікувати їх залежно від мети дослідження, а також практичного застосування (табл. 2).

Таблиця 1

Принципи класифікації послуг*

Характер задоволення потреб	Форма власності						Участь у створенні споживчої вартості			Створено сприятливі умови для діяльності	
	державна	кооперативна	акціонерна	приватна	індивідуальна трудова діяльність	нової споживчої вартості	відтворення споживчих якостей товарів і послуг				
Обслуговування споживачів готівими матеріальними благами:											
<i>торгівля</i>	+	+						+			
<i>побутове обслуговування</i>	+	+						+			
<i>житлово-комунальне господарство</i>	+	+						+			
Задоволення потреб у матеріальних благах, що мають допоміжний характер											
<i>пасажирський транспорт</i>			+	+				+			+
<i>зв'язок</i>			+	+				+			+
<i>охорона здоров'я</i>			+	+				+			+
<i>культура</i>			+	+				+			+
<i>освіта</i>			+	+				+			+
<i>туризм</i>			+	+				+			+
<i>інші</i>			+	+				+			+

* Розроблено авторами на основі існуючих критеріїв і видів класифікацій послуг

Таблиця 2

Класифікація послуг

Класифікаційна ознака послуг	Види послуг
Використання ресурсів при створенні і споживанні	Матеріальні, нематеріальні (виробничі, невиробничі)
Об'єкт надання послуг	Ділові, особисті
Метод обслуговування	Виробничі, індивідуальні
Ступінь складності процесу виробництва	Висококваліфіковані, малокваліфіковані
Частота споживання	Повсякденного, періодичного, епізодичного користування
Ефективність результатів праці	Високоєфективні, низькоєфективні

Від початку 90-х років ХХ ст. послуги дедалі частіше стають предметом експорту–імпорту. Однак окрему позицію в платіжному балансі країни-експортера або імпортера займають виключно так звані самостійні послуги (не пов'язані з товаром).

Міжнародним обміном охоплено понад 50 видів послуг, з них у міжнародній торгівлі використовують такий поділ послуг:

- транспортні перевезення (фрахт товарів, страхування товарів, інші послуги, наприклад, зберігання на складах);
- транспортні послуги (обслуговування пасажирів, поштові послуги, портові послуги, послуги буксирування);
- міжнародний туризм і подорожі зі справами, а також пов'язані з ними готельні послуги, гастрономічні, розважальні тощо;
- страхування, банківські послуги, послуги, пов'язані з бізнесом (комп'ютерне, правове та інше обслуговування), комунікаційні послуги (зв'язок і телекомунікація), реклама, лізинг, маклерські послуги, технічні тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Иноземцев В.* Структурирование общественного производства в системе постиндустриальных координат (Методолого-теоретические аспекты) / В. Иноземцев // Российский экономический журнал. – 1997. – № 11–12.
2. *Котлер Ф.* Основы маркетингу / Ф. Котлер. – М., 1996.
3. *Niewadzi Cz.* Usługi w gospodarce narodowej / Cz. Niewadzi. – PWE Warszawa, 1975.
4. *Polarczyk K.* Rynek pracy – podstawa definicji I klasyfikacji usług oraz sfery usług / K. Polarczyk // Ruch Prawniczy, Economiczny I Socjologiczny. – 1971. – № 1.

Стаття надійшла до редколегії 25.06.2013 р.

Прийнята до друку 28.07.2013 р.

CRITERIA AND FUNCTIONAL FEATURES OF SERVICES AND THEIR PECULIARITIES IN TOURISM SPHERE

Marta Malska, Yuri Zanko

*Ivan Franko National University of Lviv,
41, P. Doroshenka Str., Lviv, Ukraine, 79000, tel. (032) 239-46-03*

The services are explained according to different functions and criteria. The criterial approach to determination of the functions of services is analyzed. The system of the service functions of the modern society is described. The aim of the services classification is pointed out. The principles of the classification of services and division of services which is used in the international trade are submitted.

Key words: service, classification of services, functions of services.

КРИТЕРИАЛЬНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ УСЛУГ И ИХ ОСОБЕННОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Марта Мальская, Юрий Занько

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. П. Дорошенко, 41, г. Львов, Украина, 79000, тел. (032) 239-46-03*

Разъяснены услуги по различным критериям и функциям, которые они выполняют в обществе. Проанализирован критериальный подход к определению функций услуг. Рассмотрена система функций услуг современного общества, разделена на две группы. Определены цели классификации услуг. Классифицированы услуги по различным критериям. Приведены принципы классификации услуг. Рассмотрено деление услуг, используемый в международной торговле.

Ключевые слова: услуга, классификация услуг, функции услуг.