

Отримано: 06 червня 2016 р.

Прорецензовано: 14 червня 2016 р.

Прийнято до друку: 06 серпня 2016 р.

Мацук З. А. Теоретичні аспекти дослідження послуги як економічної категорії / З. А. Мацук // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. – Острог: Вид-во НУ«ОА», вересень 2016. – № 2(30). – С. 4–8.

УДК: 330.123.6

JEL-класифікація: L 80, O 10

Мацук Зоряна Андріївна,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОСЛУГИ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

Розглянуто послугу як складову суспільного продукту в межах якої вона функціонує та розвивається самостійно. З'ясовано взаємозв'язок між послугою як результатом функціонування нематеріальної сфери та іншими підсистемами суспільства, її значення для господарської та економічної діяльності людей. Доведено двоякий характер послуг та виділено природно сформовану (первинну) послугу та вторинну послугу. Досліджено матеріальну основу послуги та запропоновано розмежувати усі види послуг по мірі їх віддалення від матеріальної основи і, відповідно, послугу розглядати як множинну високої та низької матеріальної частки. Розглянуто вартість послуги як основу формування ціни на послугу.

Ключові слова: економічна послуга, первинна послуга, вторинна послуга, продукт, товар, вартість.

Мацук Зоряна Андреевна,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов
Ивано-Франковского национального технического университета нефти и газа

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ УСЛУГИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ

Рассмотрено услугу как составляющую общественного продукта в рамках которого она функционирует и развивается самостоятельно. Установлена взаимосвязь между услугами как результата функционирования нематериальной сферы и другими подсистемами общества, ее значение для хозяйственной и экономической деятельности людей. Доказано двойственный характер услуг, выделено естественно сложившуюся (первичную) услугу и вторичную услугу. Исследовано материальную основу услуги и предложено разграничить все виды услуг по мере их удаления от материальной основы и, соответственно, услугу рассматривать как множество высокой и низкой материальной части. Рассмотрено стоимость услуги как основу формирования цены на услугу.

Ключевые слова: экономическая услуга, первичная услуга, вторичная услуга, продукт, товар, стоимость.

Zoriana Matsuk

Candidate of Economic Sciences, Docent (Associate Professor), Department of Finance,
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

SERVICES AS ECONOMIC CATEGORY: THEORETICAL ASPECTS

Services as a part of the social product within which they operate and develop independently is considered. The relationship between the services as a result of the functioning of the immaterial sphere and other subsystems of society and their importance for business and economic activity is found out. Twofold character of services is proved, and naturally formed (primary) and secondary services are emphasized. The material basis of services is studied, and suggestion is made to distinguish between all kinds of services by their distance from the material basis, and accordingly to view the services as a set of high and low material parts. The value of services as a basis of pricing for the services is considered.

Keywords: economic services, primary service, secondary service, product, goods, value.

Постановка проблеми. Визначення поняття послуги дозволяє дослідити різні наукові знання: емпіричні, що відображають зовнішні характеристики та пов'язані з розкриттям наукового об'єкта послуги; теоретичні, передбачають розкриття його наукового предмету. Лише системне дослідження цих знань, єдності наукового предмета та об'єкта можна вважати повноцінним вивченням розвитку послуги. Під науковим об'єктом розуміємо явища та процеси в суспільстві, історичні дані та події, відображені в працях попередників та сучасних учених-економістів, які дозволяють дослідити процес становлення та розвитку послуги. Індивідуальний підхід дослідження послуги в кожному випадку має суб'єктивний характер, проте загалом системний підхід передбачає дотримання принципу цілісності, за яким до об'єкта наукового дослідження відносять взаємопов'язані між собою процеси, факти суспільного життя, події реальності та їх відображення в науковій літературі; принципи врахування залежності та ступеня впливу її системних властивостей на складові об'єкта фактів та подій функціонування послуги.

Визначаючи об'єкт дослідження, у загальному контексті послуги повинні розглядатись як складова системи в межах якої вони функціонують та розвиваються відносно самостійно. Тому, досліджуючи послугу, важливо не лише встановити її межі, а показати взаємозв'язок з іншими категоріями, які впливають на неї, що має методологічне значення в процесі обґрунтування наукового об'єкта та дозволяє розглядати еволюцію послуги в системі розвитку економічних теорій, які безпосередньо на неї впливали, хоча такий вплив і має власні специфічні особливості. Досліджуючи послугу, слід з'ясувати взаємозв'язок між послугою та іншими підсистемами суспільства, їх важливість для господарської та економічної діяльності людей та на основі виявлених внутрішніх зв'язків між послугою та подіями економічного життя можна говорити про науковий об'єкт економічної науки. Як стверджував К. Воблій, такий метод дослідження дозволяє визначити характерні риси у вченні економістів, що нерідко є виразниками та тлумачами своїх епох [1, с. 194].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відображені науковцями-попередниками факти та реалії (А. Сміт [2, с. 28], Ж.-Б. Сей [3, с. 97], Г. Шторх [4, с. 222], К. Маркс [5, с. 413], К. Колсон [6, с. 14], Л. Вальрас [7, с. 150], А. Маршал [8, с. 123], Дж. Гершуні [9], М. Порат [10, с. 32], Дж. Волліс та Д. Норт [11, с. 98], Ф. Котлер [12], К. Гренрос [13], Т. Хіл [14, с. 21], Л. Співак [15, с. 3], Ю. Мельник [16, с. 4], О. Мишко [17, с. 3], О. Гаманкова [18, с. 6], Ю. Коваленко [19, с. 8]) дозволяють розкрити функціонування послуги зі ступенем її зрілості та розвитку. Розуміння внутрішньої структури послуги, виділення певного кола категорій (продукт, товар), кожна з яких виражає специфічну сферу суспільних відносин, стає об'єктивною умовою дослідження послуги.

Мета роботи – систематизація наявних положень із дослідження послуги, виділення первинної та вторинної послуг, аналіз матеріальної основи послуги та її розгляд як множина високої та низької матеріальної частки, вивчення питання вартості послуг.

Виклад основного матеріалу. Насамперед послуга досліджується в суспільних процесах та явищах, які відображають її формування, еволюцію та розвиток як складної економічної категорії. Водночас розкривається становлення та історичний розвиток економічної послуги у процесі еволюції суспільства, процес осмислення її сутності та специфіку функціонування. Теоретичне дослідження змін є розвитком знань про послугу, як об'єкта економічної науки.

У повсякденному житті послуга часто вживається в широкому розумінні: зробити кому-небудь щонебудь корисне словом чи ділом, за певне плату чи безплатно, тоді як із точки зору економічної теорії поняття послуга потребує більш чіткого та конкретизованого формулювання. Визначеність у цьому питанні має значення в процесі дослідження послуги в системі економічних відносин та є ключовим пунктом правильного розуміння сутності реалізації послуги як економічного процесу, раціонального уявлення її суспільного значення та ролі в системі відносин розвиненої економіки.

Історичний аналіз можна було б розпочинати з перших даних свідочств обміну, проте, вважаємо, що для досягнення поставленої мети необхідно виявити єдність у першоджерелах на основі теоретичного осмислення економічних явищ. Найчастіше обґрунтування поняття послуга починається з чистого аркуша, перевідаються ідеї та положення, що мали місце багато років тому та стали надбанням історії економічної думки. Зустрічається багато альтернативних точок зору щодо сутності та економічного значення послуг, хоча різновидність думок не завжди свідчить про місце прогресу в дослідженні.

«Є такі послуги, які поглинаються в процесі особистого або суспільного споживання: такими є ..., консультації адвоката, лікаря, користування меблями, одягом. А є такі, які перетворюються сільським господарством, промисловістю, торгівлею... в продукти» [20, с. 152]. Трансформація речей та послуг у товари робить усіх їх похідними або економічними благами, хоча би на той період, поки вони знаходяться у сфері обігу. Таким чином, виникає дwoякий характер послуг (рис. 1):

- у тому випадку, коли вони використовуються за природним призначенням, ми можемо вважати їх природно сформованими послугами (первинні послуги);
- суспільне, економічне використання послуг трансформує їх в економічні послуги (вторинні послуги).

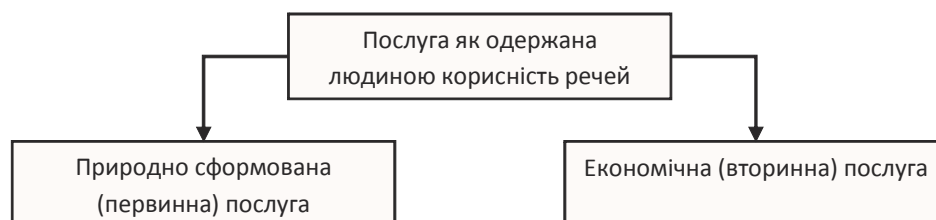


Рис. 1. Історичні форми існування послуг

Джерело: розроблено автором.

Існують різні точки зору на те, як і коли зародились товар та товарні відносини. Що стосується послуги, дискусійним залишаються питання змісту та формулювання її економічної сутності, проте мало хто не погодиться з тим, що послуги виникли разом із виникненням суспільного життя. Послуги поширені всюди, вони є в ринковій та адміністративній економіці, їх одержують у сім'ї, на підприємстві, в місцях громадського відпочинку. Пересічна людина без проблем орієнтується у сфері послуг, відповідно, в кожного з нас є досить чітке уявлення про таку економічну категорію. Автори економічних видань подають таке формулювання: «Для розмежування з товаром (матеріальним благом) про послугу говорять як про нематеріальне благо. Типовою ознакою послуги є одночасність її надання та споживання (наприклад, поїздка в таксі, укладка волосся в перукарні)» [20]. Таке ж розуміння послуги можна простежити в підручниках з економічної теорії: «Послуга (service) – те, що невидимо і в обмін на що споживач, фірма чи уряд готові надати що-небудь цінне» [21, с. 935]. В такому випадку має місце протиріччя не лише з повсякденною практикою (на нашу думку, не можна вважати невидимими послуги перукаря чи таксиста як і будь-який інший вид послуг, оскільки навряд чи покупець погодиться оплатити «невидиму» послугу), а й із принципом матеріалістичного монізму.

Для того, щоб вирішити таке протиріччя необхідно дослідити матеріальну основу послуги. Існує припущення, що матеріальною основою послуги є інформація, яка має двояку сутність. З одного боку, інформація – атрибут матерії, а з другого – у ній виражається ізоморфізм мислення та буття, їх структурна єдність. Оскільки послуга не може існувати поза межами її свідомого сприйняття виробником та споживачем послуг, ми можемо вважати інформацію специфічною матеріальною основою послуги. Проте, слід зважати, що інформація є рідкісним благом в тому випадку, якщо вона трансформується в об'єкт власності, який, своєю чергою, завжди має речову форму, навіть, коли зводиться до сукупності символів. Розмежування послуг, виходячи із результатів діяльності їх виробників, та орієнтація на нематеріальну ознаку має дискусійний характер, оскільки значна частина результатів праці в процесі надання послуг має матеріальну складову. Тому, вважаємо, що поділ, виходячи із матеріальної складової результату на матеріальні і нематеріальні послуги, є недоцільним, та пропонуємо розмежувати всі види послуг відповідно до їх віддалення від матеріальної основи, а також послугу розглядати як множину високої та низької матеріальної частки (рис. 2)

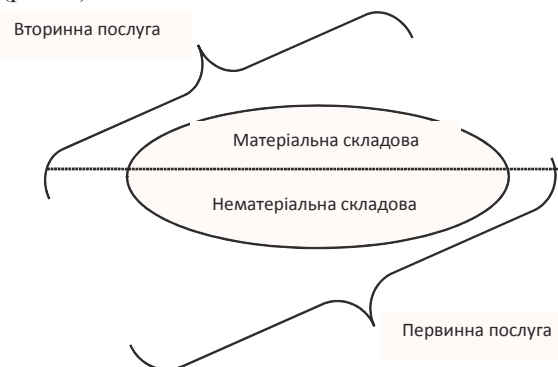


Рис. 2. Ознака матеріальності послуги

Джерело: розроблено автором.

Такий принцип щодо відмінностей послуг може бути використаний у теорії, оскільки на сьогоднішній час ще не виділені інструменти для визначення матеріальної та нематеріальної часток та є доцільним, хоча розуміємо, що поділ за принципом матеріальної частки послуг може мати багато критики. Слід відзначити ще один важливий аспект, а саме, інтеграція в процес надання послуг зовнішніх факторів, які попадають у розпорядження постачальника послуг та інтегруються з факторами надання послуг у єдиному трансформаційному процесі – чим більший вплив на процес надання послуги зовнішнього фактору, тим більша матеріальна основа послуги і тим більше послуга набуває товарної форми.

Дослідження послуги як економічної категорії слід проводити виходячи з вартості послуг. Вченими досі не сформовано єдиної думки щодо розуміння сутності та функціональних особливостей різних форм вартості, а питання вартості, на наш погляд, формує одну зі складних методологічних проблем – мінова вартість, ціна, грошова форма, додатковий продукт, тощо. Єдності думок немає ні в класичній економічній літературі, ні в сучасній політекономії. Без сумніву, результати послуг завжди мають споживчу вартість, проте «споживча вартість є умовою формування вартості» [22, с. 383], носієм матеріалізації вартості: вартість у діалектичній єдності із споживчою вартістю є соціальною стороною цієї єдності. Послуги можуть брати участь у формуванні вартості суспільного продукту та в обміні еквівалентами. За умови наявності придатних до споживання послуг, більшою є частка товарного продукту у вартості, так

як «тут при будь-якому обміні товару на товар, еквівалент обмінюється на еквівалент, відповідно, одна і та ж вартість є один раз на боці покупця, а один раз на боці продавця» [23, с. 151]. Таким чином, Марксом обґрунтовуються важливі в методологічному плані моменти: по-перше, первинні послуги є предметами споживання; по-друге, вторинні послуги є предметами обміну вартісних еквівалентів, тобто, мають мінову форму вартості та, по-третє, такі послуги є складовою частиною сукупного суспільного продукту.

Концепція диференційованого розуміння різних форм вартостей – індивідуальної, суспільно необхідної, мінової – важлива для пояснення та трактування широкого кола економічних відносин, зокрема відносин щодо послуг. Ототожнення форм вартості з самою вартістю аналогічно визнанню цієї категорії характерної лише товарному виробництву. Очевидно, що саме мінова форма вартості має важливе значення – являється субстанцією вартості в товарі та обміні. Якщо природною мірою вартості є абстрактна праця, суспільно-необхідний робочий час, тоді мінова вартість, будучи формою прояву вартості в товарі, висловлює відношення ринку до наданої товаром вартості. Тобто, мінова вартість – це специфічне економічне поняття, що характеризує послугу. Вторинні послуги, вироблені для продажу, мають ознаки товару, оскільки їх виробництво повністю аналогічне товарному, тому вартість проявляє свої суспільні властивості у міновій формі. Первинні послуги, призначені для безпосереднього споживання, перебувають поза межами ринкових відносин, не приймають форму мінової вартості, не мають ознак товару, проте мають вартість, отже, є продуктами, які можна розглядати потенційно як товари, так як на їх виробництво витрачається суспільно необхідний час, який формує їх вартість. У розвиненій економіці результати більшості вторинних послуг беруть участь в обміні та мають «в результаті їх витрат виробництва також і мінову вартість» [23, с. 151]. У результаті обміну вартість проявляється у формі мінової вартості, відділеного від виробника продукту праці (результату праці). Таким чином, вторинні послуги нічим не відрізняються від інших товарів, а наявність факту не уречевлення результатів праці, не має особливого значення, оскільки відділенню підлягає, з одного боку, не речовий корисний ефект послуги: їх споживча вартість, а з другого – відчуження речового еквівалента такого ефекту – грошей, що, безсумнівно, підтверджує факт матеріальності таких відносин. Виробництво послуг означає обмін діяльністю, обмін еквівалентами між виробниками послуг та їх споживачами, концентруючи всі моменти товарного обміну. «Необхідність попередньо перетворити діяльність індивідів в форму мінової вартості – гроші, щоб у речовій формі вони придбали та доказали свою суспільну силу» [24, с. 89]. В еквівалентному обміні саме трансформація послуги в корисний ефект, останнього в товар і в грошовий еквівалент, характеризує процес його уречевлення. Гроші – це похідна форма вартості товару [23, с. 157] та одночасно критерій оцінки суспільних властивостей усіх товарів, як матеріальних так і нематеріальних продуктів праці (рис. 3).

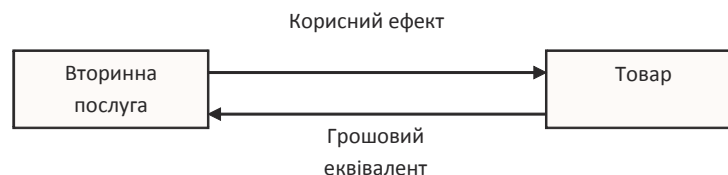


Рис. 3. Процес уречевлення послуги

Джерело: розроблено автором.

«...мінова вартість – це суспільна визначеність споживчих вартостей, ... завдяки якій, вони в процесі обміну... замінюють один одного та формують еквівалентність» [25, с. 20–25]. Результати послуг можуть обмінюватись на будь-який інший товар, оскільки він уособлює вартість, на основі чого формується ціна на послуги – грошове вираження мінової вартості результатів послуг – типових представників товарів. «Певного роду послуги, іншими словами, споживчі вартості, представляють собою результати видів діяльності, перевтілюючись у товари [23, с. 414]. Проте, як ми вже зазначали, не всі послуги виступають у суспільному відтворенні як товари, оскільки частину послуг надають безплатно, під час переходу від платності послуг до їх суспільного споживання, змінюється суть економічних відносин – вартість безплатних послуг не проявляється в міновій вартості, вона безпосередньо споживається разом із суспільно необхідною вартістю безплатних послуг. Вартісну форму широко використовують під час обліку результатів та оцінки корисного ефекту послуг, вироблених для продажу, зокрема, у процесі розробки тарифів за послуги враховуються та нормуються витрати «живої» праці, розподіляється та перерозподіляється в інтересах суспільства прибуток. У виробництві послуг відображаються всі компоненти виробничого споживання: спожита минула праця, жива праця, заново створений додатковий продукт та заново створена вартість. Таким чином, вартість продукту, сформованого в результаті послуги, складається із елементів, характерних для товарного виробництва.

Висновки. Проведене нами дослідження дозволяє говорити про еволюційний шлях розвитку людського суспільства, який об'єктивно обумовлював формування взаємовідносин між людьми. Як уважає Т. Парсонс, у межах колективної організації індивід надає певні послуги. Первинні функціональні відносини між людьми та суспільством, у якому вони живуть, пов'язані безпосередньо з тим вкладом, який вони вносять шляхом надання послуг, а також із тією винагородою, яку вони одержують від суспільства. З часом здатність до виробництва послуг стає мобільним ресурсом, що розподіляється через ринок. Коли ця стадія досягнута, ми можемо говорити про послуги як продукт економічного процесу, доступного для споживання [26].

Отже, інституціоналізація особливої професійної функції людської діяльності у сфері надання того чи іншого виду послуг, формує якісно новий етап руху суспільства на шляху суспільного прогресу, а послуга як економічна категорія відображає динаміку розвитку цивілізації.

Література:

1. Воблэй К. Г. Рецензия на книгу М. И. Тугана-Барановского «Очерки из новейшей истории политической экономии» / К. Г. Воблэй // Народное хозяйство. – 1904. – №1. – С. 185-195.
2. Smith A. An Enquiry into the Nature and the Causes of the Wealth of Nations / A. Smith. – Amsterdam : MetaLibri. – 2007. – 745 p.
3. Say J. B. Traite d'Economie Politique / J. B. Say. – Paris : Calmann-Levy. – 1972. – 572 p.
4. Storch H. Cours d'Economie Politique ou exposition des principes qui determinent la prosperite des nations / H. Storch. – Paris : Aillaut. – 1823.
5. Маркс К. Полное собрание сочинений : в 50 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М. : Политиздат. – 1962. – Т. 26, Ч. 2. – 1962. – 551 с.
6. Colson C. Cours d'Economie Politique / C. Colson. – Paris : Gauthier Villars & Alcan. – 1924. – 555 p.
7. Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии / Л. Вальрас. – М. : Изограф. – 2000.
8. Маршалл А. Принципы экономической науки : в 3 т. / А. Маршалл. – пер. с англ. – М. : Прогресс, 1993. – Т. 3. – 1993. – 350 с.
9. Gershuny J. After Industrial Society? The Emerging Self-Service Economy / J. Gershuny. – London : MacMillan. – 1978.
10. Porat M. The Information Economy / M. Porat. – Stanford: Stanford University Press. – 1976.
11. Wallis J. Measuring the Transaction Sector in American Economy, 1870-1970 / J. Wallis, D. North // Long-term factors in American Economic Growth. The Income and Wealth Series. – 1986. – Vol. 51. – 97 p.
12. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Банки и Биржи, 1994. – 207 с.
13. Gronroos C. Service management and marketing / C. Gronroos. – West Sussex. – 2000.
14. Услуги в системе мировой торговли : Научно-аналитический обзор. – М. : ИНИОН, 1990. – 64 с.
15. Співак Л. С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці : автореферат дис... канд. екон. наук : 08.01.01 / Л. С. Співак ; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2002. – 18 с.
16. Мельник Ю. В. Міжнародний ринок послуг в контексті транснаціоналізації економіки : автореферат дис... канд. екон. наук : 08.00.02 / Ю. В. Мельник; Ін-т світової економіки і міжнародних відносин НАНУ. – К., 2008. – 20 с.
17. Мишко О. В. Механізм трансформації та розвитку системи управління якістю товарів та послуг в Україні : автореферат дис... канд. екон. наук : 08.00.03 / О. В. Мишко ; Ін-т регіон. дослідж. НАНУ. – Львів, 2008. – 20 с.
18. Гаманкова О. О. Ринок страхових послуг України : сутність, тенденції та шляхи розвитку : автореферат дис... д-ра екон. наук : 08.00.08 / О. О. Гаманкова ; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т імені Вадима Гетьмана». – К., 2010. – 33 с.
19. Коваленко Ю. М. Інституціоналізація фінансового сектору економіки України: автореферат дис... д-ра екон. наук : 08.00.08 / Ю. М. Коваленко ; Нац. ун-т ДПС України. – К., 2013. – 35 с.
20. Gabler Wirtschafts-Lexikon. 15 Auflage. Gabler Verlag, 2001.
21. Макконнелл К. Р. Экономикс : принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – Пер. 16-го англ. изд. М. : ИНФРА-М, 2006.
22. К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч. Т. 25, ч. II.
23. К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч. Т. 26, ч. I.
24. К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч. Т. 4.
25. К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч. Т. 13.
26. Парсонс Т. Понятие общества : компоненты и их взаимоотношения / Т. Парсонс. – THESIS : теория и история экономических институтов и социальных систем. – 1993. – Т. 1. Вып. 2.