

## ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЛУГИ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

Сучасна економічна парадигма приділяє значної уваги основним рисам послуги як економічного явища сучасного економічного життя. Починаючи з 80-х років 20-го століття була розроблена та визначена система характерних рис послуги що дістала назву ІНП-система. Згідно цієї системи характеристик кожна послуга має наступні особливості:

- 1) нематеріальність;
- 2) гетерогенність;
- 3) нероздільність;
- 4) недовговічність.

Нематеріальність – характеристика нематеріальності послуги, як основної її особливості, має дуже довгу історичну традицію. Жан Батіст Сей в своїх працях визначив ще у 1836 році нематеріальність та невіддільність послуги, як основні її характеристики. З того часу, нематеріальним вважається все те, що не може бути відчутним на дотик та не складається з матеріальної субстанції, на підтвердження цього факту ми можемо навести роботи Дж. Шостака, К. Ловлока та інших. Також принцип нематеріальності дуже часто використовують для диференціації товарів та послуг. «Товар – це об'єкт, девайс або річ, а послуга – це дія, виконання або можливість». «Послуга це щось таке що можна придбати або продати, але не можна кинути вам на ногу». У світовій економічній думці, явно чи не явно, нематеріальність послуги вважається головною її характеристикою. Це підтверджується ще й тим фактом, що відмінністю більшості послуг є використання нематеріального фактору виробництва – людської праці.

Нематеріальність послуги прямо впливає на її корисний ефект – він також стає нематеріальним. Корисний ефект від споживання послуги – ступінь задоволення особливої людської потреби, тому сприйняття вартості та цінності послуги є також суб'єктивним. Окрім корисного ефекту, нематеріальність послуги впливає на визначення її якості. Якість будь-якої послуги, в першу чергу, залежить від виробника, але елемент нематеріальності призводить до значного впливу на визначення її якості з боку споживача. Кожний споживач має суб'єктивне уявлення щодо послуги, яку він планує отримати, вона формується під впливом багатьох факторів – індивідуальна або суспільна потреба, споживчі переваги, рівень доходу, життєвий та професійний досвід, соціальний стан тощо. Якість послуги з боку споживача визначається як співвідношення споживчих очікувань та отриманих результатів. Цим пояснюється високий рівень індивідуалізації послуг.

Гетерогенність – визначається в науковій літературі як складність стандартизації послуги, різноманітність у наданні послуги різними виробниками або фізичними особами, процес виробництва послуги протягом певного періоду часу. На нашу думку дані визначення не розкривають повної економічної сутності гетерогенності послуги, як економічного блага. Ми вважаємо, що даний ряд економічних поглядів щодо гетерогенності послуги, можна доповнити визначенням гетерогенності як неоднорідності послуги, як економічного блага, що пов'язане з неоднорідністю економічних ресурсів, які залучаються для надання послуги, та неоднорідністю споживчих очікувань, від споживання послуги протягом певного періоду часу. Вважаємо, що саме неоднорідність споживчих очікувань щодо послуги є основним джерелом її гетерогенності.

Основною думкою критиків гетерогенності виступає твердження, що в житті існує величезна кількість критеріїв та можливостей щодо стандартизації послуги, результатом якої є зменшення або, взагалі, зникнення розбіжностей в механізмі, структурі та якості надання послуги. Як основний приклад стандартизації наводиться ринок банківських послуг та особливо банківський ритейл. Зокрема, послуги автоматичного банкомата з видачі готівкових коштів з

пластикової кредитної картки є абсолютно стандартизованими. Базуючись на механізмі надання послуги та на принципі спорідненості та взаємозамінності основних факторів виробництва, на нашу думку, можна виділити характеристики послуги, які підлягають та надають можливостей до стандартизації, та ті характерні риси послуги які заперечують та унеможливають стандартизацію послуги з боку її виробника, останні є гетерогенними за своєю природою.

Нероздільність – вперше ця характерна ознака послуги була визначена та описана Ж.Б. Сейем у 1836 році, який звернув увагу на те, що виробництво та споживання послуги відбувається одночасно, таким чином вони сприймаються як нероздільні. В подальших роботах дане твердження розвивалося та розповсюджувалося серед вчених-економістів: «одночасне виробництво та споживання означає, що дуже часто, виробник послуги фізично знаходиться в місці її споживання». Типовими прикладами нероздільних послуг визначалися освітні послуги, послуги лікаря-терапевта, музичні концерти та виступи виконавців.

На нашу думку, характеристика нероздільності є однією з основних в сучасних умовах розвитку народного господарства. На підтвердження нашого висновку можна навести наступні факти:

1) зростання питомої ваги персональних послуг – більшість послуг за своєю економічною сутністю є персональними, вони потребують особливого рівня взаємодії між виробником послуги та її споживачем;

2) миттєвий прямий продаж послуги споживачу – послуга має надаватися в тому місці та в той час, коли виникає попит на цю послугу, адже її неможливо виробити та накопичити з метою задоволення відкладеного попиту.

Незважаючи на очевидність, характеристика нероздільності також критикується в науковій літературі. «Простий аналіз індустрії послуг, дає нам змогу стверджувати, що в світі існує велика кількість послуг, які надаються, - транспортування вантажів, прання білизни, планові прибирання... найчастіше надаються в період відсутності споживача, а споживач отримує лише їх результати».

Недовговічність – як характеристика послуги в економічній літературі має дуже давню традицію. Так Адам Сміт в 1776 році визначав: «Праця некваліфікованого робітника, навпаки, не можливо зафіксувати або визначити у будь-якому конкретному предметі праці або товарі, що підготовлений для продажу. Результати його праці зникають на самому початку процесу її (праці) застосування та споживання». В іншій економічній літературі, що стосувалася теорії послуг, до сьогодні недовговічність послуги асоціюється, зазвичай, з неможливістю зберігання послуги протягом певного періоду часу або з неможливістю розмістити послугу на складі підприємства.

Дана характеристика послуги, як і всі інші попередні, в сучасних літературних джерелах піддається критиці та не абсолютизується як безумовна. Так в роботах Е. Гумессона відзначається: «Недовговічність послуги – нісенітниця. Послуги накопичуються та зберігаються у вигляді систем, будівель та споруд, машин та механізмів, знань та навичок і безпосередньо у вигляді людини. Банкомат – це склад стандартизованих послуг із видачі готівки. Лікарня невідкладної допомоги – склад лікарів, специфічного обладнання та методів лікування. Готель – склад окремих кімнат». Інші критики недовговічності послуги як її основної характеристики розподіляли послугу, як процес, та результати від споживання послуги. Так Б. Едвардсон та інші в своїх працях розподіляв процес надання послуги та результат послуги, у вигляді спогадів людини про процес її споживання. Він відзначав, що людина може накопичувати враження від споживання послуги та зберігати пам'ять про них роками.

На нашу думку, класична модель або ІНП-система не здатна, в сучасній інноваційній економіці, дати відповіді на всі виклики, які постають перед послугою. Ми вважаємо, що даний класичний підхід не бере до уваги та не інтегрує в теорію послуги людину-споживача, з її потребами та ресурсами. Виникає необхідність актуалізації характерних ознак послуги, як економічного явища та економічного процесу.