

УСЛУГИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ТРАКТОВКЕ СУЩНОСТИ

Розглянуто та систематизовано існуючі підходи щодо визначення сутності категорії “послуга”. Запропоновано уточнене визначення терміну як економічної категорії.

In the article and address the systematized suschestvuyuschye at the moment of time approaches k determining the essence of category “services”. Proposals utochnennoe definition termyna “services” as a category ekonomicheskoy.

Постановка проблемы. Долгое время, третичный сектор экономики – сфера услуг, оставался наименее исследованным. Ученые уделяли большее внимание первичному и вторичному секторам экономики. Это связано с тем, что в хронологии общественного развития постиндустриальному этапу предшествовали доиндустриальный и индустриальный, и как следствие внимание исследователей было обращено в большей степени к сельскому хозяйству и промышленности соответственно, то есть к определяющим сферам экономики. Однако, начиная с 60-х годов XX в. отношение к сфере услуг, как объекту исследования, существенно изменилось. По мере усложнения производства и насыщения рынка товарами начал расти спрос на услуги. На данный момент третичный сектор экономики по количеству занятых в нем работников и объему прибыли начинает превалировать над сферой материального производства. Трансформация в структуре ВВП в сторону увеличения доли третичного сектора, требует от ученых теоретиков более детального изучения сферы услуг.

Другими словами на сегодня важность дальнейшего изучения сферы услуг, как одной из самых перспективных и быстро развивающихся отраслей экономики, уже не вызывает ни у кого сомнения. В современных условиях, развитие сферы услуг выходит за пределы только лишь экономических вопросов, так как связано уже и с процессом гуманизации экономического роста. Как следствие, к рассмотрению функционального предназначения сферы услуг можно подходить двояко: узко – только реализация услуг в системе общественного производства или более широко – участие в воспроизводственном процессе, с целью удовлетворения потребностей государства, предприятия и человека.

Однако исследование третичного сектора, как неотъемлемой подсистемы экономики с особой экономической средой и специфичными способами ведения хозяйственной деятельности, затрудняется тем, что все работы посвященные дальнейшему изучению третичного сектора экономики отличает отсутствие четких определений предметно-объективной области исследования. Это связано с тем, что на сегодня в экономической науке, нет единства в определении категории “услуга”. В связи с чем, **актуальным**, становится вопрос дальнейшего исследования сущности категории “услуга”.

Важный вклад в изучение сущности категории “услуга” внесли такие зарубежные ученые как Л. Берри, К. Гренросса, Т. Хилл, Ф. Николейдс, Д. Найяр, Р. Малери, среди советских экономистов – Э. Агабабян, Е. Громова, Я. Певзнер, В. Ковыженко, В. Рутгайзер, М. Солодков, среди современных украинских экономистов можно назвать А.В. Сидорову, Н.М. Внукову, Н.В. Кузьминчук.

Целью статьи является анализ, систематизация и уточнение существующих на данный момент времени подходов к определению сущности категории “услуга”.

Изложение основного материала. Анализируя определения термина “услуга”, приведенные в различных словарях, можно прийти к выводу, что этимология данного слова довольно неоднозначна. Толковый словарь Ожегова определяет услугу как “бытовые удобства, предоставляемые кому-нибудь” [1]. По данным других словарей это понятие имеет более широкое значение, а именно “услуга – любая оплаченная выгода, неотделимая от своего источника” [2], либо “услуга – деятельность, приносящая сама по себе пользу тому, ради кого она осуществляется” [3]. Можно заметить, что эволюция термина происходила с течением времени и развитием экономической теории. В современных аспектах экономической науки, анализ определения термина услуга не может быть отделен от рассмотрения термина “сфера услуг”. Под сферой услуг понимают совокупность отраслей народного хозяйства, продуктом которых является определенная целесообразная деятельность (услуги). В отличие от сферы материального производства сфера услуг не создает потребительных стоимостей, процесс производства услуг почти всегда совпадает с процессом их потребления. Сфера услуг включает торговлю, общественное питание, жилищно-коммунальное хозяйство, пассажирский транспорт и связь, обслуживающие население, учреждения просвещения, культуры и спорта, социальное обеспечение [4].

Весьма распространенным в научных публикациях конца 60-х годов XX ст., является подход к рассмотрению сущности услуг как виду деятельности. Именно в этот период начинают появляться первые работы советских ученых посвященные сфере услуг в целом и раскрытию сущности термина “услуга” в частности. Например, в энциклопедии “Политическая экономия”, термину “услуга” дается следующее определение “трудозаменяемая целесообразная деятельность, результаты которой выражаются в полезном эффекте, удовлетворяющем ту или иную потребность человека” [5].

В данном определении подчеркивается: целесообразность деятельности, то есть её направленность на конечный результат, причем этот результат выражается в полезном эффекте, который, по мнению составителей,

заключается в удовлетворение потребностей человека. Стоит отметить, в определении не учитывается, что потребителями услуги может выступать предприятие или государство, что делает определение не полным.

В современной экономической литературе можно встретить схожие трактовки сущности “услуги” отличающиеся лишь тем, что результат деятельности выражается в позитивном результате, особой потребительной стоимости [6]. Так же, как вид деятельности, но уже не трудовой, а предпринимательской Диденко Н.И. рассматривая услуги, дает им следующее определение, “предпринимательская деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других людей, за исключением деятельности, осуществляемой на основе трудовых правоотношений” [7].

Н. Панкратьева предлагает рассматривать услуги как экономическую деятельность: “Услуги – это экономическая деятельность, непосредственно удовлетворяющая личные потребности членов общества, домашних хозяйств, потребности разного рода предприятий разных форм собственности, объединений, организаций и общественные потребности или потребности общества в целом, не воплощенные в материально-вещественной форме” [8]. Данное определение недостаточно полно раскрывает все многообразие сущности услуги, так как экономическая деятельность подразумевает под собой лишь деятельность, направленную на получение прибыли, то есть исключается возможность оказания услуги на безвозмездной основе. Например, услуга “X” в первом случае оказывается за плату, а во втором бесплатно, но в обоих случаях “X” – это услуга. В каждом из случаев меняется только вид деятельности – в первом случае услуга носит экономический характер, во втором случае услуга – это благотворительная деятельность. Оказание услуги на безвозмездной основе показывает лишь то, что услуга не приобретает товарную форму, а не то, что она перестает быть услугой. Еще одним противоречием в определении является то, что, по мнению автора, услуга не может иметь материально-вещественную форму. Существуют услуги, имеющие и не имеющие материального воплощения. Примером может послужить предоставление рекламных услуг, а именно реклама в устной форме и, например, печатная реклама. Особенностью устной рекламы является то, что она не сопровождается материальными затратами, в то время как печатная реклама имеет материальное воплощение.

В процессе осуществления основной деятельности предприятия происходит потребление товаров (сырья) и услуг, следовательно, услуги можно рассматривать как одну из промежуточных, но необходимых стадий производственного процесса. Следует отметить, что услуги могут носить внешний и внутренний характер для предприятия. Например, подразделения производственной инфраструктуры могут оказывать услуги цехам и участкам основного производства не только своим, но внешним, на сторону.

Согласно, П(С)БУ № 3 “Отчет о финансовых результатах” основная деятельность – это операции, связанные с производством или реализацией продукции (товаров, работ, услуг), которые являются главной целью создания предприятия и обеспечивают основную долю его дохода. Отсюда можно сделать вывод, что результатом деятельности предприятия является “продукция”, в составе которой могут быть выделены “товары”, “работы” и “услуги”. Однако стоит отметить, что продукция становится товаром после входа в сферу обращения. Но услуга, оказанная своему структурному подразделению, не есть товар. Однако если на предприятии действуют внутренние цены для взаиморасчетов, она приобретает форму товара. Но работа и услуга – это не продукция. Некоторые авторы, в частности Калачева И.В. и Панкратьева Н. придерживаются той точки зрения, что результатами деятельности предприятия являются “продукты” и “услуги”, причем к первым относят производственный результат, имеющий натурально-вещественную форму, а ко вторым соответственно не имеющих её [9]. Альтернативным является представление, что результатами деятельности предприятия следует считать “продукт”. В составе “продукта” выделяют “продукцию” – продукт, имеющий натурально-вещественную форму, и “услуги”, как правило, не имеющие её.

Анализируя перечисленные точки зрения, видно, что на данный момент экономисты не пришли к единой, четко сформулированной, точке зрения относительно соотношения между понятиями “продукция”, “продукт”, “товар”, “работа” и “услуга”, то есть, являются ли “товар”, “работа” и “услуга” подвидом “продукции” или “продукция” и “услуга” подвид “продукта”. Однако стоит отметить, что все эти точки зрения объединяет тот факт, что “услуга” в них рассматривается как результат деятельности (т.е. услуга приобрела форму специфического товара).

Рассмотрение “услуги” как промежуточной стадии производственного процесса и как результата деятельности является диаметрально противоположными взглядами на сущность термина “услуги”. Как следствие, возникает вопрос – существует ли разница между понятиями “товар” и “услуга”? Изучением этого вопроса, начиная с 60-х годов XX в., занимались такие зарубежные ученые как М. Белл, Т. Левитт, Ж. Ратмелл, В. Зейтмалл, Р. Эглиер, и др.

Принципиальные различия между “товаром” и “услугой” в своей работе, подчеркивает американский экономист Л. Берри “... физический товар – это предмет, устройство или вещь, в то время как услуга является поступком, исполнением или усилием... Услуга передается покупателю через действия, тогда как товар передается из рук в руки. Услуга – это нечто, что обладает ценностью для покупателя и может восприниматься сознанием, умственно” [10]. Также отличительные особенности понятия “услуга” отмечает К. Гренросса, “услуга – процесс, включающий серию (или несколько) неосязаемых действий, которые по необходимости происходят при взаимодействии между покупателями и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, системами предприятия – поставщика услуг. Этот процесс направлен на решение проблем покупателя услуги” [11].

Большое внимание различию понятий “услуга” и “товар” уделил известный американский экономист Т. Хилл, он пишет “Услуга может быть определена как изменение состояния человека или предмета, принадлежащего любому участнику экономических отношений, которое достигается в результате сознательных действий другого участника данных отношений. При этом воздействие происходит на основе их предварительной добровольной договоренности” [12].

Анализируя определение, следует отметить, что Т. Хилл рассматривает услугу как результат деятельности одного участника экономического процесса над предметом, принадлежащим другому участнику этого процесса, то есть показывается важный признак услуги, отсутствие передачи права собственности на имущество. Так же в определении подчеркивается условия, на которых может быть возможно оказание услуги – предварительная добровольная договоренность.

Ф. Николейдс и Д. Найяр отмечают, что анализ функциональных особенностей услуг выявляет различие в моделях обращения товаров и услуг, что в очередной раз указывает на наличие разницы между понятиями “товар” и “услуга” [13].

Выводы. Обобщение трактовок сущности “услуги”, предлагаемых различными авторами позволяет определить ее как экономическую категорию следующим образом: услуга – подвид экономического блага, которое в результате деятельности приобретает форму специфического товара. Специфичность данного товара заключается в том, что он в большинстве случаев неосязаем, производится и потребляется одновременно и не дает права собственности на что-либо. Либо “услуга” – это вид экономической деятельности, выраженный в форме специфического товара, как правило, включающий одно или несколько действий, не имеющий физической формы, направленный на удовлетворение потребностей потребителя.

Предметом дальнейшего развития рассматриваемой тематики должно стать уточнение терминологии понятия “услуга”, оказываемой в различных отраслях экономики, с учетом их внутренней специфики.

Литература

1. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азъ, 1992. – 955 с.
2. Мир словарей. Экономический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://mirslouvrei.com/content_eco/usluga-55461.html
3. Мир словарей. Философский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://mirslouvrei.com/content_fil/usluga-8189.html
4. Мир словарей. Социологический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://mirslouvrei.com/content_sovrenc/uslug-sfera-73685.html
5. Румянцев А. М. Экономическая Энциклопедия. Политическая экономия / А. М. Румянцев. – М. : Сов. энциклопедия, 1980. – 673 с.
6. Вечканов Г. С. Краткая экономическая энциклопедия / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. – СПб. : Петрополис, 1998. – 509 с.
7. Диденко Н. И. Основы внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации / Н. И. Диденко. – СПб. : Политехника, 1997. – 470 с.
8. Панкратьева Н. Система статистических показателей сферы услуг как сектора экономики / Н. Панкратьева // Вопросы статистики. – 1998. – № 4. – С. 16–21
9. Калачева И. В. Статистика услуг: концептуальные основы реформирования / И. В. Калачева // Статистика Украины. – 2001. – № 4. – С. 24–28.
10. Berry L. Services Marketing is Different / L. Berry // Business. – 1980. – № 30. – P. 24–29.
11. Gronroos C. Services management and marketing / C. Gronroos. – West Sussex, 2000. – P. 46.
12. Hill T. P. On Goods and Services / T. P. Hill // Review of income and Wealth. – 1977. – December. – Vol. 23. – P. 320.
13. Nayar P. The political economy of international trade in services / P. Nayar // Cambridge Of economics. – London, 1988. – Vol. 12. – P. 280.

УДК 338.242

Т. М. БЕРВЕНОВА
Донецкий национальный университет

РЕФОРМУВАННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО БАНКРУТСТВО В УМОВАХ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ

Виявлено інструменти і шляхи покращення нормативного регулювання відносин у сфері відновлення платоспроможності суб'єктів господарювання.

The article shows the instruments and ways of improving the normative regulation of the relations in the sphere of reestablishing solvency of the economic entities.