

ВИДИ ПОСЛУГ У ВІДТВОРЮВАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

У статті розглянуто особливості послуг, що створюють цінність, а також послуги виробничого характеру.

Ключові слова: послуги, що створюють цінність, послуги виробничого характеру.

В статье рассмотрены особенности услуг, которые создают ценность, а также услуги производственного характера.

Ключевые слова: услуги, которые создают ценность, услуги производственного характера.

The peculiarities of value-added services and manufacturing nature services are studied in the article.

Key words: value-added services, manufacturing nature services.

Актуальність теми дослідження. Наприкінці ХХ століття у країнах з ринковою економікою за даними Національного бюро економічних досліджень США частка послуг у структурі валового внутрішнього продукту (ВВП) в середньому зростає з 70 % до 75 % у 2008–2010 рр. У 2010 р. зростає частка послуг у структурі ВВП 27 країн Європейського Союзу на 5%, порівнюючи із 2009 р. (дані Комітету статистики Європейського союзу).

Найбільш помітним було таке зростання на транспорті та в сфері послуг із логістичною складовою (зберігання товарів, оптово-роздрібна торгівля та ін.). Зменшення частки «традиційного» товарного виробництва спостерігається при одночасному зростанні як «традиційних» послуг, так і «послуг виробничого характеру».

Аналіз останніх досліджень та публікацій з проблем економіки послуг дозволив систематизувати послуги як визначення категорії.

Послуги у сучасній науковій думці визначаються як вираження економічно корисної діяльності, що має прояв специфічного товару (діяльності). Послуга визначається, як вплив, спрямований на зміну стану людини або предмета.

За К. Макконнеллом і С. Брю: «Послуга – це те, що невидимо, і в обмін на що споживач або уряд готові представити що-небудь цінне» [4].

Актуальним є визначення Г. Швиданенко «послуга виробничого характеру – це нематеріальний результат виробничої діяльності, що виявляється безпосередньо у вигляді діяльності, яка спрямована на зміну споживчих властивостей продукції» [3].

Актуальними є послуги, що створюють «цінність для споживача» (як внутрішньої бізнес-одиниці корпоративного об'єднання, так і стороннього клієнта). Іншою тенденцією розвитку сфери послуг є зближення економічних

форм матеріального виробництва із сервісною діяльністю. У результаті цього формується особливий вид послуг – «послуги виробничого характеру».

Мета та задачі дослідження. Метою дослідження є визначення ролі послуг в економіці сфер виробництва, проміжного та кінцевого споживання, а також їхньої ролі в операційній діяльності підприємств. Для цього необхідно вирішити такі задачі:

- 1) аналіз підходів до розуміння економічної сутності послуг;
- 2) дослідження таких особливих видів послуг, як «послуги, що створюють цінність для споживача» та «послуги виробничого характеру».

Викладення основного матеріалу дослідження.

Протягом останніх років вітчизняна економіка за часткою послуг у структурі ВВП тяжіє до моделі розвинених держав.

Сучасний стан ринку послуг в Україні має такі особливості [2]:

- 1) динамічний розвиток за наявності великих резервів щодо розширення їхньої видової структури, нарощування обсягів реалізації послуг;
- 3) досягнення підприємствами колективної форми власності найкращих показників діяльності за обсягами, видовою структурою;
- 4) залежність розвитку малого підприємництва на ринку послуг від підтримки держави.

Дані Держкомстату України свідчать про зростання українського ринку послуг (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка реалізованих послуг із врахуванням ПДВ

Показник	Роки			
	2005	2009	2010	2011
Обсяг реалізованих послуг, млн. грн.	95832,3	224583,6	256406,0	308160,6
Темп росту обсягу реалізованих послуг, %	100,00	234,35	267,56	321,56
Обсяг послуг, реалізованих населенню, млн. грн.	27376,9	53920,3	59660,0	69986,9
Темп росту послуг, реалізованих населенню, %	100,00	196,96	217,92	255,64

На стадіях виробництва та споживання досить важко виокремити послуги у «чистому» вигляді. Виникають складності методичного характеру та практики щодо визначення частки послуг в структурі ВВП, оскільки в макроекономічній інформації послуги як товар не виділяються.

Послуги є самостійним об'єктом спрямованості праці і додатковим джерелом споживання. За стандартом ДСТУ ISO 9001:2009, послуга є одною з чотирьох загальних категорій продукції, необхідними передумовами продукування якої є:

- 1) суб'єкти під час взаємодії представлені персоналом, обладнанням;
- 2) безпосередня взаємодія споживача з постачальником може бути суттєвою для надання тих чи інших послуг;
- 3) постачання чи використання матеріальних видів продукції може бути частиною надання тих чи інших послуг;
- 4) послуга пов'язана з виробництвом і постачанням продукції.

Таким чином, послуги – це економічний вид діяльності, а саме дії або виконання певної роботи, які характеризуються нематеріальністю, тобто відсутністю уречевленої форми [5]. Послуги можна характеризувати за ознаками, протилежними до матеріально-уречевлених товарів. У класичному розумінні промислового виробництва категорія «товар» – це матеріальний об'єкт, який може бути створений, проданий і використаний пізніше. У той же час майже завжди придбання товарів супроводжується наданням послуги. Часто придбання послуги супроводжується супутніми товарами.

Відповідно до класичних положень економічної теорії та маркетингу, ключовими характеристиками послуги є:

- невідчутність у момент покупки та імовірнісний характер результатів придбання та споживання послуги;
- непостійність результатів, якість яких з часом зменшується або зникає;
- як правило, досить чітка визначеність у часі;
- невід'ємність процесу обслуговування від суб'єкту надання цих послуг;
- сформувалась тенденція розвитку аутсорсингу послуг;
- можливість індивідуалізації послуги та процесу обслуговування споживача.

Що стосується диференціації послуг в залежності від ступеня «матеріальності/нематеріальності», то доречним є підхід, за яким розглядається континуум для товарів «100 % матеріальністю та 100 % нематеріальністю» [5].

Спільним для результатів промислового виробництва («промислова продукція») та сервісного операційного процесу («послуги») є те, що і промислова продукція, і послуга за умови вільного обігу, є товаром. Одночасно послуга як товар має низку специфічних характеристик. Але сучасна концепція маркетингу по відношенню до промислової продукції оперує поняттям «товар з підкріпленням» (супутні послуги).

З розвитком глобалізації економіки у сфері операційного менеджменту, маркетингу та логістики актуалізуються ті послуги, які додають цінність (Value-Added Services) [6]. У фокусі уваги функціональних менеджерів знаходяться ті бізнес-процеси, що створюють цінність для клієнта або підприємства в цілому. Споживачем таких послуг може бути

підрозділ підприємства та/або стратегічні бізнес одиниці (центри відповідальності). Послуги цього виду поділяються на чотири види:

1) інформаційна підтримка щодо технічних характеристик продукції, її обробки і собівартості як внутрішнім, так і зовнішнім споживачам, які можуть використані ці дані для вдосконалення своїх операцій або своєї продукції);

2) усунення проблем щодо якості продукції (сервісна підтримка підприємства зовнішніх і внутрішніх споживачів);

3) підтримка під час продажу щодо збільшення обсягів продажів (наочна демонстрація технології, обладнання, виробничих систем);

4) оперативне технічне обслуговування (здатність підприємства швидко відновлювати функціональні властивості виробів або поповнювати запаси настільки оперативно, щоб повністю виключити у замовника можливість простою).

Надання зовнішнім споживачам послуг, що додають цінність, дає підприємству дві основні переваги: 1) створюють конкурентні переваги підприємства, так як в більшості випадків легше скопіювати саму продукцію фірми, ніж відтворити сервісну інфраструктуру, технологію надання послуг тощо; 2) послуги такого роду створюють певний позитивний взаємозв'язок фірми з клієнтами.

Безпосередньо до послуг виробничого характеру належать різні види технічного обслуговування технічних систем та/або наукоємної продукції.

Отже, процеси надання послуг мають такі особливості: 1) можуть бути безпосередньо пов'язаним з товаром у матеріальній формі; 2) зв'язок між виробництвом матеріальних товарів та послуг, що надаються, є відсутнім.

Відтак розрізняють два види послуг: 1) виробничі; 2) невиробничі. Часто у науковій літературі у якості синоніму «виробничі послуги» вживають термін «послуги виробничого характеру». Що стосується відмінностей між термінами «виробничі послуги» та «послуги виробничого характеру», то вони можуть бути виражені наступним чином.

Виробничі послуги – проміжна ланка, яка споживається як виробниками промислової продукції, так і виробниками споживчих товарів та послуг та громадськими організаціями.

Послуги виробничого характеру розглядаються як види робіт на стадії виробництва. Ці послуги особливі і відрізняються від загального підходу до послуг, так як їх надання не збігається у часі і просторі, а також відбувається створення нового матеріально-речовинного продукту [1]. Прикладом послуг виробничого характеру є складні роботи з технічного обслуговування наукоємної продукції, капітальний ремонт та модернізація обладнання.

У Державному класифікаторі продукції та послуг, послуги виробничого характеру представлені такими видами робіт: 1) технічне

обслуговування; 2) монтаж; 3) ремонт; 4) кування; 5) штампування; 6) карбування.

В статистичному обліку послуги виробничого характеру поділені за такими видами робіт: 1) модернізація та ремонт обладнання і транспортних засобів, механізмів; 2) розфасовка, полімеризація і рафінація покупної олії; 3) монтаж, пуск і налагодка обладнання як свого виробництва, так і обладнання замовника; 4) збирання наборів покупних інструментів.

Послуги виробничого характеру розглядаються у відтворювальному процесі на мікро- та макрорівнях.

У першому випадку мова йде про відновлення вартості основних засобів підприємств, особливо у частині технічних систем. Роботи з технічного обслуговування, ремонту та модернізації можуть бути здійснені силами самого підприємства – підрозділами його сервісної інфраструктури. При відновленні складної техніки та обладнання (наприклад, авіаційної техніки) зазначені роботи можуть здійснюватись силами сторонньої спеціалізованої сервісної організації.

У другому випадку послуги виробничого характеру утворюють відповідні підгалузі економіки, що підтверджує Класифікатор видів економічної діяльності та аналітичні дані Держкомстату України.

Висновки та напрями подальшого дослідження. Аналіз сутності послуг виробничого характеру та їхньої ролі у сучасній економіці дозволяє зробити наступні висновки: 1) роль послуг та їх частка в економіці розвинутих країн, і, особливо, промислово-аграрних країн, зростає. Сформувалась тенденція, яку можливо вже вважати закономірністю, що зумовлено трансформацією індустріальної економіки до постіндустріальної; 2) послуги, за сучасною концепцією маркетингу, є особливим видом товару з окресленими специфічними властивостями; 3) у бізнес-процесах підприємства у фокусі уваги знаходяться послуги, що створюють цінність для клієнтів; 4) відбувається злиття сфер матеріального виробництва та послуг, що проявляється у розвитку саме послуг виробничого характеру як частини операційної діяльності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Внукова Н.Н., Кузьминчук Н.В. Економіка виробничих послуг / Н.Н.Внукова., Н.В.Кузьминчук. Монографія.–Х.:ТОВ «Модель Всесвіту», 2001. – 128 с.
2. Гончаренко О. Постіндустріальний розвиток національної економіки / О. Гончаренко // Економічний аналіз. — Випуск 5. — К.: Київський національний економічний університет ім. В.Гетьмана, 2010. — С. 123—130.
3. Економіка підприємства / [Г. О. Швиданенко та ін.]; за заг. ред. Г. О. Швиданенко; М-во освіти і науки України, Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» — К.: КНЕУ, 2009. — 598 с.
4. Макконнелл, Кэмпбелл Р. Экономикс : Принципы, проблемы и политика: Пер. с англ. / К.Р.Макконнелл, С.Л.Брю. – 14-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2004.
5. Управление и организация в сфере услуг : Теория и практика. / К.Р.

Хаксевер, Б. Рассел, Р. С., Мердик. — [Пер. с англ. Н. Левкина, О. Сергеева; Под науч. ред. В. В. Кулибановой] — 2-е изд. — СПб. и др.: ПИТЕР, 2002. — 751 с.

б. Чейз Ричард Б. Производственный и операционный менеджмент / Ричард Б. Чейз, Ф. Роберт Джейкобз, Николо Дж. Аквилано; [пер. с англ. О. А. Островской, О. Л. Пелявского]. — 10-е изд. — М.; СПб.; К. : Вильямс, 2008. — 1170 с.