

- сприяти розвитку малого та великого бізнесу;
- оновлювати матеріально-технічну базу;
- націлювати свою діяльність на експорт туристичних, науково-дослідних, ІТ послуг;
- гармонізація окремих стандартів з європейським зразком;
- створити сприятливі умови для працівників ринку послуг.

Інформаційні джерела:

1. Євдокимова І.М. Сфера послуг за сучасних умов: аналіз і прогнозування / Науково-дослідний економічний ін-т. – Київ, 2015. –156 с.

2. Ігнатюк А.І. Розвиток галузевих ринків в умовах трансформації економічної системи України [Текст] / А.І.Ігнатюк //Формування ринкових відносин в Україні. -2016 -№4. – С. 149-155.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Зовнішньоекономічна діяльність, зовнішня торгівля послугами. –[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ПРОБЛЕМИ КЛАСИФІКАЦІЙ ПОНЯТЬ ТА ТЕРМІНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Волобуєва П.В., гр. БЕМ-М519а

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Н.С. Краснокутська**
*Національний технічний університет «Харківський
політехнічний інститут»*

Сфера послуг – важливий сектор економіки розвинутих індустріальних країн, що займає стійкі позиції у світовому господарстві. Наразі для багатьох країн характерні тенденції збільшення обсягів виробництва послуг, зростання зайнятості в даній сфері, загострення конкуренції, збільшення експорту та імпорту послуг. [1] Зміни в секторі послуг у світовому масштабі настільки суттєві, що теперішню економіку визначають як «економіку послуг» [2].

У сучасній економіці роль та значення послуг істотно зросли, проте триває дискусія щодо сутності послуг, їх ролі та місця в економічній діяльності. Відповідно, відсутні легальне й єдине визначення поняття «послуга» та загальноприйнята систематизація сфери послуг. Це пов'язано з можливістю розгляду проблеми з різних точок зору: як економічної категорії; як виду діяльності; як сфери; як грошового потоку. В ході роботи було розглянуто роботи наступних

вчених: С. Брю, К. Маркс, А. Михайлов, Н. Федосенко, Ф. Котлер, К. Макконелл, Л. Співак.

К. Маркс визначив послуги як у формі безпосередньої діяльності суб'єктів, тобто праці, так і у формі дії товару, речі [3]. Методологічно важливим є положення щодо визначення поняття послуги з точки зору не просто дії, а корисної дії.

А. Михайлов, визначає послугу як трудову корисну діяльність людини (групи людей), результати якої виявляються у корисному ефекті, що задовольняє будь-яку потребу суспільства [4, с. 51]. Цей суспільно корисний ефект виступає не у формі речей, а у формі діяльності.

Наведені визначення підкреслюють непродуктивність окремого тлумачення сутності послуги як результату діяльності у відриві від самої діяльності, оскільки в підсумку всі прибічники аналізованої концепції визначали послуги через саму діяльність.

Н. Федосенко, вважає, що виходячи з того, що діяльність є не самоціллю, а засобом досягнення мети – задоволення потреби, то акцент у визначенні послуги зміщується до результату, адже складно визначити мету діяльності. Дефініція «результат діяльності» в такому разі відповідає, по-перше, меті, яку переслідує замовник, – чіткому усвідомленню виконавцем того, що задоволення його економічного інтересу можливе виключно через задоволення потреб конкретної особи [5, с. 28]

За визначенням Ф. Котлера, «послуги – це об'єкти продажу у вигляді дій, вигод або задоволення, відповідно, послуги не зберігаються, і клієнту пропонується щось таке, що не має матеріальної форми» [7].

Науковці К. Макконелл і С. Брю визначили сутність послуг як те, що не має матеріального результату, вираженого в певному предметі, речі, результат є невідчутним, неосяжним (невидимим) і надається в обмін на те, за що споживач, підприємство або уряд готові платити [6, с. 965].

Л. Співак визначає послуги як результати економічної діяльності, які набувають матеріально-речової форми і задовольняють певні потреби людей [8].

Зі сферою послуг у сучасному економічному просторі пов'язані практично всі види діяльності, причому послуги надають не тільки традиційно сервісні, але й промислові підприємства, які здійснюють гарантійне і післягарантійне обслуговування виробленого продукту, транспортні послуги, інформаційну підтримку та ін.

У розвинених країнах частка сфери послуг становить до 70% ВВП країни (США, Франція, Нідерланди – 70%; Австрія, Італія, Іспанія, Норвегія, Коста-Ріка – 50–60%).

Ринок послуг порівняно з іншими ринками товарів має певні особливості та характеризується: високою швидкістю обороту капіталу внаслідок більш короткого виробничого циклу; територіальною сегментацією і локальністю; високою диференційованістю продукту; індивідуальністю і нестандартністю наданих послуг і технологій у багатьох галузях сфери послуг; високою невизначеністю результату під час надання послуг, наявністю асиметрії маркетингової інформації; високою чуттєвістю до ринкової кон'юнктури [8].

Отже, проблема чіткої класифікації понять та термінології у сфері послуг має фундаментальне значення для належної організації економічної діяльності, її реалізації та подальшого розвитку.

Інформаційні джерела:

1. <https://hbr.org/1987/03/lessons-in-the-service-sector>
2. <https://www.encyclopedia.com/humanities/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/service-sector>
3. Маркс К., Енгельс Ф. Твори / К. Маркс, Ф. Енгельс ; 2-ге вид. – М. – Т. 23. – С. 189–190.
4. Михайлов А. Услуги как форма бизнеса / А. Михайлов // Предпринимательство, хозяйство и право. – 1999. – № 1. – С. 51.
5. Федосенко Н. До питання про місце договору з надання послуг у ході виконання маркетингових досліджень у системі цивільно-правових договорів / Н. Федосенко // Підприємництво, господарство і право. – 2005. – № 5. – С. 27–29.
6. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономика: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю ; пер. с 14-того англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2005. – XXXVI. – С. 965.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс и др. ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2006. – 942 с.
8. Співак Л.С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.01.01 / Л.С. Співак. – К., 2002. – 192 с.