

6. Канищенко О.Л. Развитие логистических функций международного маркетингу / О.Л. Канищенко // Вісн. Нац. ун-ту. "Львів. політехніка". – 2008. – № 633. – С. 269-274.

7. Крикавський Є.В. Маркетингова політика розподілу: Навч. посібник. / Є.В. Крикавський. – Львів: Національний університет "Львівська політехніка", 2009. – 232 с.

8. Беловодская Е.А. Формирование теоретико-методического подхода к оценке состояния маркетинговых каналов распределения на промышленных предприятиях / Е.А. Беловодская, Л.А. Сигида // Проблемы современной науки : сборник научных трудов. – Ставрополь : Логос, 2013. – №8, – С. 123-132.

9. Сигида Л.О. Дослідження ролі та значення маркетингової політики розподілу в діяльності підприємства / Л.О. Сигида // Сталый розвиток економіки. – 2012. – № 5 (15). – С. 293-298.

10. Багиев Г.Л. Маркетинг взаимодействия : учебник для вузов / Г. Л. Багиев. – СПб. : Астерион, 2011. – 670 с.

11. Шталь Т.В. Элементы механизма взаимодействия субъектов в каналах сбыта / Т.В.Шталь, Ю.Б.Доброскок // Бизнес Информ. – 2012. – № 10. – С. 17-22.

12. Цепочки поставок нового поколения. Глобальный обзор деятельности в сфере управления цепочками поставок за 2013 г. По результатам исследования Pricewaterhousecoopers. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.pwc.ru/en\\_RU/ru/performance-management/assets/global-supply-chain-survey-2013-rus.pdf](http://www.pwc.ru/en_RU/ru/performance-management/assets/global-supply-chain-survey-2013-rus.pdf).

13. Кудирко Л. П. Міжнародні торговельні мережі в процесах концентрації на продуктовому ринку (FMCG) України / Л. П. Кудирко, І. М. Севрук // Бізнес Інформ. – 2013. – № 8. – С. 56-63.

14. TOP-50 крупнейших ритейлеров Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gtpartners.com.ua>.

15. Павлова В.А. Торговельні мережі в Україні: особливості та проблеми розвитку / В.А. Павлова // Академічний огляд. – 2011. – № 1(34). – С. 63-69.

16. Channel Conflict : Horizontal and Vertical Conflicts [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://education-portal.com/academy/lesson/channel-conflict-horizontal-vertical-conflict.html>.

17. March J. G., Simon H. A., Guetzkow H. S. Organizations. 2nd ed. Blackwell : Cambridge, MA. 2003.

18. Радаев В.В. Динамика деловых стратегий российских розничных компаний под воздействием глобальных торговых сетей / В.В. Радаев // Рос. журн. менеджмента. – 2005. – Т.3. – № 3. – С. 3–26.

19. Система маркетинговой интеграции [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.management.aanet.ru/management/marketintegraciya.php>

20. Daszkowski D. What Is a Franchise [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://franchises.about.com/od/franchisebasics/a/what-franchises.htm>

21. ЮНКТАД, Доклад о мировых инвестициях, 2011 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.un.org/ru/development/surveys/docs/investments2011.pdf>.

22. Carrefour: 400 franchise stores by the end of 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.retailpoland.com/167336/Carrefour-400-franchise-stores-by-the-end-of-2012.shtml>.

23. Офіційний сайт компанії "Wal-Mart Stores Inc." [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://corporate.walmart.com/our-story/our-stores/united-states-stores/>.

24. Annual Financial Statements of Metro AG, 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.metrogroup.ru/internet/site/metrogroup/get/documents/>.

Надійшла до редколегії 03.08.15

Л. Кудирко, канд. экон. наук, доц.,

И. Севрук, канд. экон. наук, ассист.

Киевский национальный торгово-экономический университет, Киев, Украина

#### ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМ СБЫТА С УЧАСТИЕМ МЕЖДУНАРОДНЫХ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

*В статье представлено авторское определение понятия "международная розничная торговая сеть". Раскрыты особенности формирования систем сбыта международными розничными торговыми сетями. Определен алгоритм взаимоотношений между участниками канала сбыта при традиционной вертикальной системе распределения с определением международной компоненты. Идентифицированы причины возникновения конфликтов между участниками международных каналов распределения товаров.*

*Ключевые слова: маркетинговые системы сбыта, международные розничные торговые сети, сбытовые конфликты, ТНК, каналы распределения, цепочки поставок.*

L. Kudyрко, Candidate of Sciences (Economic),

Associate Professor, Professor of Department of International Economics,

I. Sevruk, Candidate of Sciences (Economic),

Assistant Lecturer of Department of International Economics,

Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine

#### FORMATION OF DISTRIBUTION SYSTEMS WITH THE INVOLVEMENT OF THE GLOBAL RETAIL CHAINS

*The purpose of the article is to analyze the features of formation and functioning of multi-marketing distribution systems involving global retail chains and identify the causes of conflicts between participants in the global supply chain and suggest possible ways to displace them. The article represents the author's definition of the term "global retail chain". The role and responsibilities of international retailers in the formation of marketing structures on international markets are discovered. The algorithm of the relationship between the participants in the traditional vertical marketing system with the definition of international components is determined. The conflict causes between the participants within the distribution channel are identified.*

*Keywords: marketing distribution systems, global retail chains, marketing conflicts, transnational companies, distribution channels, supply chains.*

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics; 2015, 8 (173): 42-49

JEL L890

УДК 330.12

DOI: [dx.doi.org/ 10.17721/1728-2667.2015/173-8/7](http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2015/173-8/7)

А. Вітренко, канд. экон. наук, докторант

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

#### СУТНІСТЬ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ ПОСЛУГИ ЯК ОСОБЛИВОЇ ТЕОРЕТИЧНОЇ КАТЕГОРІЇ В СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

*В статті розглядаються основні особливості постіндустріального суспільства і зростаюча важливість послуг, зокрема нематеріальних послуг, у сучасній економічній системі. Аналізується історична ретроспектива підходів до визначення природи послуг і надається авторське визначення послуг. Автор приділяє значну увагу нематеріальним послугам, та їх ролі у розвитку індивідуальних і суспільних потреб та переваг.*

*Ключові слова: постіндустріальна економіка, нематеріальна послуга, потреби, економічні інтереси, сервісна економіка.*

**ВСТУП.** Сучасна світова економіка характеризується наявністю трансформаційних процесів, які охопили всі сторони життя людського суспільства. Ці процеси перетворили економічну систему з індустріальної у

постіндустріальну сервісну економіку. Разом з тим дана трансформація супроводжується процесами глобалізації світогосподарських зв'язків, зростання ролі трансна-

ціональних корпорацій та великих фінансових установ, хвилею особливих та глибоких економічних криз.

Однією з основ трансформації індустріальної економіки у економіку сервісного типу є революція людських потреб, яка відбулася в 20 столітті. Науково-технічний прогрес, зміна характеру людської праці та її інтелектуалізація, підвищення соціальних стандартів та тривалості людського життя, призвели до збільшення кількості вільного часу та зміни структури потреб в бік гуманітарних потреб, що пов'язані із інтелектуальним та творчим розвитком особистості.

Вивчення сервісної економіки та нової структури людських потреб вимагає якісно нових підходів, оскільки в нових умовах економічні теорії розвитку суспільства не можуть повністю описати та пояснити багатьох її ознак. Необхідно дослідити структуру, особливості формування та функціонування, динаміку, протиріччя сервісної економіки, особливо в сучасних економічних реаліях України. Сервісна постіндустріальна економіка все більше проникає в базис функціонування сучасного людського суспільства, а її спрямування на підвищення ролі людського інтелекту, знань та нематеріальних потреб суттєво змінює економічні відносини, процеси виробництва, розподілу, обміну та споживання благ, суттєво впливає на реалізацію державної економічної політики. Відповідно, нагальність проблеми зумовлює актуальність дослідження сервісної економіки.

На сьогодні головною особливістю сучасної економічної системи є зростання обсягів сфери послуг та особливо їх виду – нематеріальних послуг. Однак розвиток та зростання обсягів надання нематеріальних послуг породжує деякі протиріччя між споживачами та виробниками нематеріальних послуг. Ці протиріччя призводять до виникнення додаткових витрат обігу, трансакційних витрат та витрат споживання. Окрему актуальність дослідженню нематеріальних послуг надають неоднозначні процеси глобалізації на світовому ринку послуг, а саме уніфікація та стандартизація нематеріальних послуг за умови різниці культурного та релігійного оточуючого середовища, особливо тих послуг, що пов'язані з духовним розвитком особистості, процеси виключення певних країн третього світу із світової системи обігу нематеріальних послуг з причини низького рівня розвитку освіти та науки. Таким чином, перехід від індустріальної економіки до економіки послуг, трансформація системи людських потреб, зростання питомої ваги послуг у світовому ВВП, зростання кількості, асортименту та якості особливих нематеріальних послуг, а також певні протиріччя та проблеми, які при цьому виникають, потребують ретельного аналізу

економіки послуг та її особливого сегменту – нематеріальних послуг.

**ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ.** Загальнотеоретичні погляди автора статті в дослідженні визначеної актуальної проблеми економічної теорії ґрунтуються на власних емпіричних дослідженнях, критичному аналізі та узагальненні результатів наукових доробок вітчизняних та іноземних вчених-економістів серед яких В.Базилевич, А. Чухно, А. Сміт, Ж.Б. Сей, К.Кларк, Д. Белл., М. Кастельс, Е. Тоффлер, В. Іноземцев та інші.

Дослідженню глобальних економічних змін, однією з особливостей яких є всебічний розвиток нового рівня людських потреб та системи надання послуг присвячені роботи Т. Хілла, В. Зітхаля та М. Бітнера, К. Гронруса, К. Ловлока та інших.

Однак в сучасній науковій економічній літературі приділено недостатньо уваги проблемам матеріальної та нематеріальної складових послуг, оцінці зміни системи людських потреб та інтересів під впливом процесів переходу суспільства до постіндустріалізму та процесів глобалізації економічного життя людини.

Окремо слід відзначити, що сегмент нематеріальних послуг є малодослідженим, відсутні єдині підходи до класифікації послуги, критерії розподілу послуг на матеріальні та нематеріальні відсутні, немає чіткого визначення нематеріальної послуги як окремої категорії економічної теорії.

**ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ.** Сучасні дослідження світової економіки свідчать про величезне значення такої сфери економічного життя людини як сфера послуг. Аналіз останніх статистичних досліджень показує значний внесок сфери послуг у ВВП провідних країн світу за даними світового банку. Аналіз статистичних даних таблиці №1 підтверджує висновок про те, що економіка постіндустріального суспільства заснована на сфері послуг. В ньому особливого значення набувають процеси отримання та передачі інформації та знання, а рівень життя визначається ступенем розвитку та доступністю таких послуг як охорона здоров'я, освіта, культура тощо. При чому, дані таблиці №1 свідчать певне зростання сфери послуг в структурі ВВП провідних країн світу та України, що пов'язане з подальшим інноваційним розвитком глобальної економіки. Єдині питання виникають до показників середнього світового рівня, які не змінюються протягом останніх років. Це ми можемо пояснити пануванням традиційної економічної системи, індустріальним типом суспільної організації та низькими темпами залучення інновацій в економіку в країнах третього світу (Африки та Азії).

**Таблиця 1. Питома вага сфери послуг в економіках провідних країн (у % до ВВП) [16]**

Назва країни	2010	2011	2012	2013
Гонг Конг	93	93	93	93
Великобританія	79	78	79	79
Сінгапур	72	74	73	75
Німеччина	69	69	68	68
США	78	80	79	79
Україна	60	60	61	63
В середньому в світі	70	70	70	Немає даних

Крім того, як ми бачимо з таблиці, в провідних країнах світу, які є локомотивом світової економіки, та в країнах, які побудували своє економічне зростання на принципах інтелектуалізації виробництва послуги відіграють провідну роль у формуванні ВВП. Розширення сфери надання послуг в цих країнах базувалося як на якісних змінах в структурі організації виробництва, так і на якісних змінах в людському суспільстві, принципах

його організації та функціонування, зростанні ролі інтелектуальної діяльності людини, високому рівню освіти, зростанні середнього рівня доходу на душу населення та високих соціальних стандартах. В сучасній світовій економічній літературі ця ситуація характеризується терміном "революція послуг". Ця ситуація характерна, в основному, для постіндустріального суспільства.

Характерними рисами постіндустріального суспільства, за Д. Беллом, є усунення людини із процесу промислового виробництва, наука відіграє роль основного фактора виробництва, здатність до генерації знання стає основою соціальної диференціації, значно зростає

роль людського інтелекту, зникає дефіцит товарів та виникає дефіцит часу для задоволення нематеріальних та духовних потреб людини. Порівняльна характеристика до індустріального, індустріального та постіндустріального суспільств наведена у таблиці №2.

Таблиця 2. Порівняльний аналіз доіндустріального, індустріального і постіндустріального суспільства [2, с. 15]

Характерні риси	Етап еволюції суспільства		
	Доіндустріальне	Індустріальне	Постіндустріальне
Провідна сфера виробництва	Видобувна	Виробнича	Обробна і переробна
Провідний принцип функціонування	Традиціоналізм	Економічне зростання	Орієнтація на майбутнє
Стратегічний ресурс	Сировина	Енергія	Інформація
Базові професії	Ремісники, селяни	Інженери, робітники	Науковці, висококваліфіковані спеціалісти
Визначальні об'єкти власності	Земля, природні ресурси	Засоби виробництва	Інформація та знання
Соціальний центр, основна соціальна одиниця	Сім'я, ферма	Підприємство, група (партія)	Університет, індивід (особистість)
Основа влади	Військова сила, власність	Власність, технічні навички	Знання, кваліфікація
Доступ до влади	Успадкування, присилування	Успадкування, підприємницькі здібності	Освіта, саморозвиток, самовдосконалення
Критерій оцінки бізнесу	Обсяг виробленої продукції	Отримані доходи	Здатність до інновацій

Аналіз таблиці №2 свідчить про наступні особливості постіндустріального суспільства:

1. Втрата домінування в економічній системі матеріального виробництва та матеріальних стимулів;
2. Провідним фактором виробництва стають знання та інформація;
3. Відбувається інтелектуалізація праці – зростання впливу галузей та професій, які засновані на знаннях та інформації;
4. Людська творчість стає основою виробничої діяльності;
5. Якість життя населення визначається рівнем та доступністю послуг (освіта, медицина, культура);
6. Основним стимулом функціонування та розвитку індивіда стає рівень освіти та його інтелектуальні здібності;
7. Соціальний статус визначається здатністю до генерування нових знань.

Отже, постіндустріальні зміни в економіці призводять до зростання прагнення людини до інтелектуальної та творчої діяльності, постійного підвищення рівня освіти, що, в свою чергу, стає основною причиною зростання сектору нематеріальних послуг, без яких неможливе інтелектуальне зростання індивіду.

В економіці активне використання послуг стає основним джерелом конкурентної переваги, а основу економіки послуг складають високоінтелектуальні послуги, що потребують високого рівня кваліфікації їх виконавців.

Зростання ролі сегменту послуг в сучасному постіндустріальному світі вимагає чіткого визначення послуги як економічної категорії. Послуга, як полі-наукова категорія знаходиться в центрі уваги багатьох суспільних наук: філології, права та економіки. Це, в свою чергу, підтверджує величезну роль та значення послуг в буденному житті людини.

*Філологічний аспект послуги* проявляється в дослідженні сутності та значення слова "послуга" в процесі людського спілкування. Тлумачний словник української мови визначає послугу, як дію або вчинок, що дає користь або допомогу іншому. Категорію "услуга" можна знайти в тлумачних словниках російської мови В. Даля та С. Ожегова, які визначають її як бути корисним комусь, допомагати, дію, що приносить користь та побутові блага.

*Юридичний аспект послуги* як категорії відображено в багатьох законах та підзаконних актах, що регулюють деякі види господарської діяльності на території України. Зокрема, в Законі України "Про захист прав споживачів" від 12.05.1991 року № 1023-XII послугу ви-

значають, як діяльність виконавців з надання споживачеві певного визначеного договором матеріального та нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб.

Однією з основних задач та цілей даної роботи є всебічне дослідження *економічного аспекту категорії "послуга"* на якому ми детальніше і зупинимось. Аналіз історичної ретроспективи економічної науки дає нам підґрунтя стверджувати, що дослідження економічної категорії "послуга" відбувалося активно і вона відображена в працях багатьох представників економічної науки. Відзначимо, що на сьогодні, відсутнє чітке та стає визначення послуги. Поняття "послуга" інтерпретується по різному, що призводить до розбіжностей в поглядах, суперечливості, неоднозначності у трактуванні та багатогранності у визначенні поняття. Це в першу чергу пов'язано з тим, що послуги є різними та багаточисленними, а по-друге кожен вчений визначає сутність поняття послуга в залежності від предметної галузі свого дослідження. Тому необхідно розглянути альтернативні погляди вчених економістів щодо послуги, що дасть нам можливість визначити сутність послуги та виокремити особливий вид послуги, а саме – нематеріальну послугу, як актуальну категорію сучасної економічної системи.

В відомих нам джерелах літератури, вперше звернув увагу на послугу Адам Сміт. Але, враховуючи його погляди на принципи функціонування економіки він не приділяв послугам значної уваги. В своїх роботах Адам Сміт визначав, що послуга є результатом особливої непродуктивної праці найманого працівника, яка не має суттєвого впливу на економіку, адже, на його погляд, лише з обміну безпосередньо матеріальними продуктами народжується багатство нації[15].

На відміну від А. Сміта, інший представник класичної школи політичної економії Жан-Батіст Сей став першим економістом, який звернув увагу на існування та значну роль послуг в тогочасному суспільстві. Він охарактеризував послуги, як суттєву частину економічної активності людини та дав їм визначення, як такого продукту людської праці що є духовним, нематеріальним та не може бути відокремленим від виробника послуги. На відміну від А. Сміта, Ж.Б. Сей стверджував, що нематеріальні продукти можуть створити багатство, а пов'язані з ними види людської діяльності є дійсно продуктивними. В своїх працях Ж.Б. Сей писав: "Не можу я знайти ніякої достатньої причини чому талант художни-

ка має бути визначений як продуктивний, а талант мукантанта ні" [14, с.120].

Особливої уваги приділяв в своїх творах та відвів центральне місце в своїй теорії послугам французький представник класичної політичної економії Фредерік Бастіа. Теорія послуг, заснована на методологічних підходах Ж.Б. Сея до визначення цінності економічних благ. Зазначаючи, що з економічного погляду суспільство – це обмін, в якому беруть участь рівноправні учасники, Ф. Бастіа наголошував на тому, що "Взаємний обмін здійснюється за таким незмінним правилом: цінність за цінність, послуга за послугу, а все, що становить дармову корисність, стоїть поза торгом, тому що дармовий продукт не має цінності, а предметом мінових угод буває лише цінність". Ф. Бастіа визначав послугу як будь-яке зусилля, яке зберігає зусилля інших. Однак, на відміну від Ж.Б. Сея, який вважав, що корисні послуги надаються не лише людьми, але і силами природи, речами, вчений аналізував лише особисті послуги у різних сферах суспільного життя. Виходячи з того, що напруга і зусилля обох сторін в обміні мають еквівалентний характер, заснований на добровільності та взаємовигодності ринкових угод, французький економіст стверджував, що послуга вимірюється з боку продавця його зусиллями, затраченими на виробництво товару. Водночас послуга з боку покупця вимірюється зусиллями, які економляться в результаті придбання товару. Виходячи з власної теорії послуг, Ф. Бастіа визначав ринкову економіку як царство волі та гармонії, економічної свободи та взаємовигідного співробітництва різних класів. "Усі законні інтереси гармонійні. У цьому головна думка мого твору", – писав французький дослідник. Джерело економічних гармоній Ф. Бастіа вбачав у вільній конкуренції та обміні, в процесі якого усі члени суспільства "вимушені надавати один одному взаємні послуги і взаємну допомогу заради спільної мети [2, с. 280].

В своїх роботах К. Маркс також не оминув питання послуг та визначення даної категорії економічної науки з точки зору теорії трудової вартості. К. Маркс у своїх працях наполягав на тому, що послуга – це не що інше як споживча вартість, яка виникає в результаті праці подібно до всякого іншого товару. Таким чином, К. Маркс вважав, що послуга це споживча вартість не уречевлено-го товару, а праця це процес його створення [12].

Проведені нами теоретичні дослідження свідчать, що розвиток сфери послуг в реальній економіці та її теоретичні дослідження на початку 20 століття дещо загальмувалися. Це пов'язане з тим, що умови розвитку практично всіх галузей послуг різко погіршилися і формувалися під впливом руйнівних економічних криз, мілітаризації економіки і післявоєнної конверсії військових виробництв. У післявоєнний період випереджаючий розвиток галузей послуг відновився, і позиції цього сектора в господарській структурі неухильно розширюються. Свідченням цього є й початок теоретичних досліджень сфери послуг. Зокрема, в межах постіндустріальної теорії був проведений розгорнутий аналіз зміни структури суспільного виробництва в післявоєнний період. Його методологічною базою стає запропонована в 40-х роках 20 століття К.Кларком трисекторна модель економіки, згідно з якою народне господарство підрозділяється на три сектори, до першого відносяться видобувні галузі та сільське господарство, до другого – галузі обробної промисловості та будівництво, а до третього – продуктивні та особисті послуги. Згодом, в дослідженнях Д.Белла дана модель економіки була доповнена четвертинним та п'ятеринним секторами. Третинний сектор скорочувався до галузей транспорту та зв'язку. До четвертинного відносилися – торгівля, фі-

нансові послуги, зокрема й страхування, та послуги, що пов'язані з управлінням нерухомим майном. До п'ятеринного сектору були віднесені освіта, охорона здоров'я, відпочинок та рекреація, послуги з державного управління. Крім того, межі між вторинним та третинним секторами економіки стають умовними, адже існує певний перелік послуг, які стають необхідним компонентом перетворення в процесі виробництва промислових товарів, зокрема маркетинг, рекламні послуги, послуги управління, аутсортинг тощо.

В другій половині 20-го століття в характері та структурі людських потреб, в світовій економіці відбулися зміни, що призвели до необхідності переосмислення значення послуг в економічній теорії та прикладній економіці. Дослідження цієї специфічної категорії було значно активізовано. Основними дослідниками послуг стали представники європейської та американської економічної науки.

Так у 1977 році в своїх дослідженнях американський вчений Т. Хілл визначав послугу як процес перетворення вже існуючого товару за потребою споживача та за попередньою згодою між виробником послуги та безпосередньо її споживачем [8, с.315-338].

Деякі дослідники мали майже ідентичні погляди на визначення категорії, так економісти В. Зітхаль та М. Бітнер відносили до послуг всі види економічної діяльності результатом яких не є фізичний продукт або будівництво. Кінцевий продукт послуги, на їх думку, як правило, споживається в процесі його виробництва і забезпечує додаткову корисність споживачу у формі задоволення його нематеріальних інтересів (зручність, комфорт, задоволення) [5].

Відомий американський економіст та ідеолог маркетингу Ф. Котлер у своїй основній праці наполягає на тому, що послуга – це будь-який захід чи вигода, яку одна сторона може запропонувати іншій, яка є в основному невідчутною і не призводить до володіння будь-чим [11].

К. Гронрус у своїх роботах відзначає, що основною характеристикою послуг є процес, в межах якого споживачі взаємодіють із виробничими ресурсами підприємства – надавача послуг [10, с.322].

На початку 21 століття дослідження послуг активізувалися, виникає безліч визначень категорії "послуга", які концентрують свою увагу на певних її особливостях та певних аспектах даної категорії.

К. Ловлок у 2001 році в своїй книзі визначає послугу як акт дії, який пропонується однією стороною іншій, і хоча процес може бути сконцентрованим на якомусь фізичному об'єкті, він, за своєю суттю, є нематеріальним та не призводить до зміни власника одного з факторів виробництва [6, с.56].

Згідно з теорією німецьких дослідників У.Фріцше та Р.Малері послуги – це нематеріальні активи, що виробляються з метою збуту. Саме накопичені нематеріальні активи і є тими цінностями, які є невідчутними, не є уречевленими, але мають як вартісну так і грошову оцінку, а також можуть оцінюватись з позиції корисності [13, с.96].

Отже, дослідження послуг як економічної категорії свідчать, що не існує однозначної думки щодо її визначення. Навпаки, існує велика кількість визначень цього поняття, усі вони різні, тому що автори намагалися виразити власне бачення, спираючись на різні наукові погляди та школи.

Аналіз поглядів провідних світових та вітчизняних економістів на проблему визначення особливої економічної категорії "послуга" надає нам змогу об'єднати та згрупувати всі визначення за певними ознаками. Так ми вважаємо, що в світовій економічній науці переважають погляди, що розглядають послугу як:

1) послуга – особливий ресурс (Ф.Бастіа, Ф.Котлер, У.Фріцше, Р.Малері);

2) послуга – діючий процес (Т.Хілл, К.Ловлок, К.Гронрус);

3) послуга – результат дії (А.Сміт, Ж.Б.Сей, К.Маркс).

На основі аналізу теоретичних визначень категорії "послуга" ми вважаємо, що можемо сформулювати наступне авторське визначення послуги як особливого товару: *послуга – особливий нематеріальний товар, який включається в процес виробництва та обігу у формі певної продуктивної та корисної дії виробника, щодо перетворення власних та залучених ресурсів споживача у вигляді самої людини, її власності, правочинів, інформаційних масивів з метою задоволення унікальної потреби (звичай, нематеріальної) споживача.*

Дане синтетичне визначення містить в собі наступні елементи наукової новизни, які ми не зустрічали в працях вчених-економістів: послуга розглядається як товар у вигляді продуктивної дії, а також до визначення інтегрується людина-споживач послуги з особливими економічними ресурсами, як є безумовно необхідними елементами її виробничого процесу. Інтегрування в визначення послуги людини-споживача дасть нам змогу в подальших дослідженнях розкрити зміни основних характерних ознак послуги, як економічної категорії.

Ми вважаємо, що послугу можливо розглядати в трьох аспектах – особливого ресурсу або товару, дія безпосередньо, результат дії. Найголовнішою особливістю послуги є її нематеріальність. Розглянемо даний аспект детальніше.

В 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.

В постіндустріальному суспільстві відбуваються процеси трансформації матеріальних товарів, зокрема в структурі будь-якого товару, у формуванні його вартості та споживчої вартості, на перше місце виходить не матеріальна його складова, а ідеальна нематеріальна складова товару у формі знань та навичок, які необхідні для виробництва цього товару. Крім того, зникає чітка різниця між технологіями виробництва, збуту матеріальних товарів та послуг. Разом з процесами ускладнення людських потреб та ускладнення технології виробництва ускладнюється та трансформується категорія корисності послуги, а диференціація послуг збільшує їх корисність. Ґрунтуючись на товарній природі нематеріальної послуги, її можна розглядати як певний набір

корисних дій в процесі взаємодії споживача та виробника з метою задоволення певної потреби. Розглядаючи нематеріальні послуги, відзначимо, що більшість їх є приватними благами, які характеризуються категоріями конкурентності та винятковості.

Діяльність людини на ринку є головним рушійним фактором взаємодії споживача та виробника нематеріальної послуги. Як відомо, на поведінку індивіда впливає велика кількість факторів, зокрема, суб'єктивне прагнення максимізувати корисність, особливі економічні інтереси, соціальне та культурне оточення, схильності тощо. Оточуюче середовище людини, у свою чергу, характеризується ситуацією невизначеності та асиметрією інформації, людина залежить від оточуючого середовища та постійно знаходиться під його впливом. Потреби формуються під впливом звичаїв, традицій та розподілу праці. Людина одночасно є споживачем та виробником благ, представником окремого суспільного прошарку, економічної установи зі специфічними потребами та інтересами, а група людей є носієм суспільних потреб та інтересів. Отже, нематеріальні послуги це взаємодія потреб та інтересів товаровиробника та потреб та інтересів споживача, що знаходяться під впливом суспільних звичаїв та традицій. Надання нематеріальних послуг, в першу чергу пов'язане з задоволенням духовних потреб індивіда, потреб у самовизначенні та самореалізації, забезпеченню високої якості життя та високого соціального статусу.

Господарська практика свідчить про різний рівень нематеріальності послуги. Для визначення цього рівня дуже часто застосовують специфічну шкалу, яка була розроблена та представлена двома вченими Гордон Мак Дугал та Дуглас Снайцингер у 1990 році [4, с.23-44]. Специфічність даної шкали полягає в тому, що за основу визначення рівня панування матеріального та нематеріального в товарі/послуді була обрана можливість візуалізації споживачем до моменту купівлі та споживання товару чи послуги.

Як ми бачимо з малюнка №1 найматеріальнішим товаром є сіль, адже покупець, виходячи зі свого досвіду та досвіду суспільства, може максимально візуалізувати для себе результат вживання солі в своєму раціоні харчування.

Дані дослідження довели, що до нематеріальних послуг можна віднести освіту, медицину, послуги гостинності, фінансові послуги тощо. На малюнку №1 наведено приклад використання цієї шкали з метою визначення домінування матеріального та нематеріального у структурі товарів та послуг.

Сучасна економічна система стикається з постійними змінами структури товарів та послуг, виникнення нових їх видів, це не дає нам остаточної можливості сформулювати кінцевий перелік нематеріальних послуг, адже людські потреби та модернізація засобів виробництва призводять до постійного виникнення нових та нових видів нематеріальних послуг. Баланс між матеріальним та нематеріальним ми бачимо при споживанні фаст-фуду. Це твердження ґрунтується на самому процесі приготування їжі, адже результат є максимально матеріальним, але процес приготування, обслуговування є нематеріальним, візуалізувати їжу споживач може, але не може візуалізувати якість їжі, якість обслуговування тощо. Освіта є найбільш нематеріальною, адже процес передачі інформації, процес засвоєння цієї інформації, процес трансформації інформації в знання є нематеріальними за своєю природою. Споживач також не може спрогнозувати результат отримання освітніх послуг тощо.

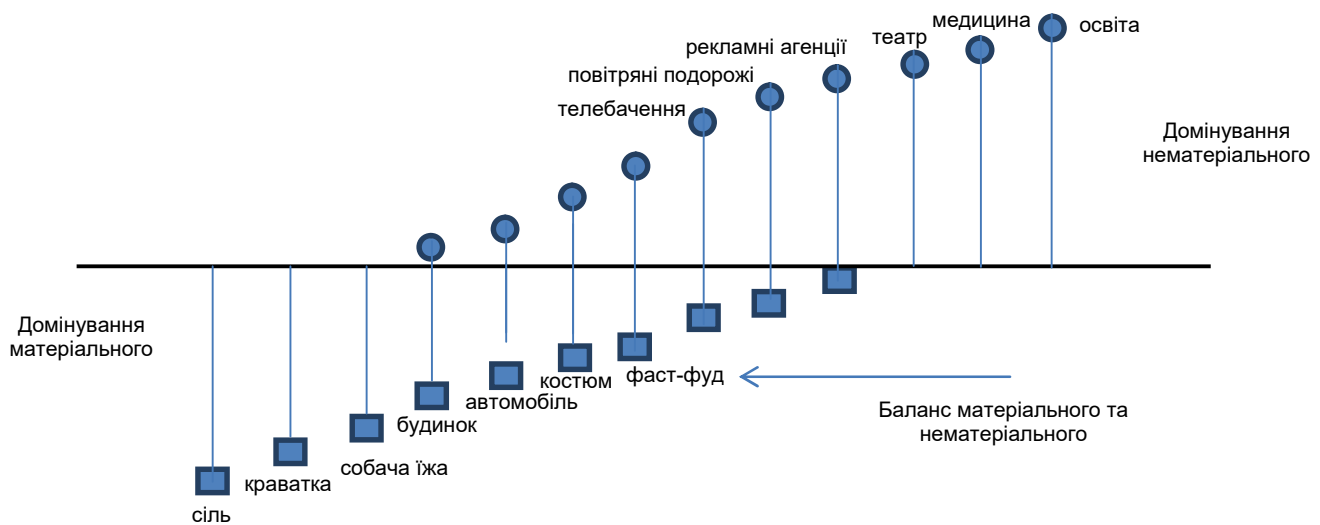


Рис. 1. Шкала елементного домінування матеріального та нематеріального в товарах та послугах [4, с.23-44]

На нашу думку, існує можливість згрупувати та розподілити нематеріальні послуги, за критерієм рівня потреб, які ці послуги задовольняють, на наступні види:

1. Традиційні нематеріальні послуги – спрямовані на задоволення базових матеріальних та нематеріальних потреб людини, що зумовлені поточним рівнем розвитку економіки та гідного рівня життя суспільства (прикладом таких послуг можуть слугувати – зв'язок, транспорт, громадське харчування тощо);

2. Інноваційні нематеріальні послуги – спрямовані на розвиток суспільства, особистий розвиток індивіда та підвищення рівня життя (медицина, освіта, наукові дослідження тощо).

В свою чергу, інноваційні нематеріальні послуги можна поділити на професійні (спрямовані на задоволення потреб підприємств та організацій, наприклад, фінансові послуги, консалтинг, маркетинг, юридичні послуги тощо) та гуманітарні (спрямовані на задоволення потреб окремого індивіда освіти, туризм тощо).

Значення професійних нематеріальних послуг в сучасній економіці постійно зростає. Сьогодні вони стають невід'ємною частиною процесу промислового виробництва, підвищують його ефективність, а також ефективність системи збуту товарів та послуг. При цьому, слід відзначити, що їх метою не є вплив на кінцевого споживача товарів, а саме підвищення ефективності суспільного виробництва, полегшення споживчого вибору, ефективний розподіл економічних ресурсів, подолання асиметрії інформації на ринку.

Окремо слід звернути увагу на зовнішнє середовище в якому працюють підприємства та організації. Воно характеризується постійною мінливістю та невизначеністю, саме тому досягнення конкурентної переваги сучасними підприємствами залежить від отримання вчасної та адекватної інформації, а деякі види підприємницької діяльності (зокрема фінансове посередництво, послуги з обслуговування ринку цінних паперів) неможливі без використання сучасних телекомунікаційних послуг. Багато видів професійних нематеріальних послуг, зокрема страхування, професійний аудит, юридичні послуги, спрямовані на подолання або уникнення основних ризиків підприємницької діяльності, а результатом їх споживання з боку підприємства є зменшення витрат та підвищення його рентабельності.

Економічне зростання в сучасній економіці неможливе без процесу споживання благ. Світова економіка, багато в чому, має ознаки економіки споживання, а для неї характерною рисою є насичення ринків товарами-субститутами, це є головною причиною використання такого виду нематеріальних послуг як реклама. Сучасний ринок характеризується величезною кількістю товарів і послуг, які здатні задовольняти величезний діапазон людських потреб. Крім того, ринки країн характеризуються постійною зміною асортименту. У цій ситуації споживачу необхідні певні знання про здатність тих чи інших товарів задовольняти ті чи інші потреби. Таке знання забезпечується товаровиробником через надання певної інформації про кількісно-якісні характеристики товару. Реалізуючи своє прагнення до максимізації прибутку, товаровиробник у цій інформації штучно збільшує діапазон потреб, які здатен задовольнити. Отже, для споживача суб'єктивно зростає корисність та споживча вартість товару, що може призвести до збільшення його споживання. Крім того, можемо спостерігати й таке явище, як суб'єктивне зростання корисності певного товару збільшує інтенсивність індивідуальної потреби в цьому товарі для споживача. Слід також зазначити, що такий вплив на граничну корисність товару спричиняє лише додаткова інформація, що надається товаровиробником шляхом використання реклами у вигляді особливої нематеріальної послуги.

Державне регулювання економіки та постійне ускладнення її інституційних основ також створюють передумови для споживання нематеріальних послуг з боку підприємства та формують їх нові види. Підприємствам та організаціям в умовах глобалізації них процесів постійно необхідні послуги кваліфікованих юристів (особливо суб'єктам міжнародної торгівлі товарами та послугами), спеціалістів із сертифікації технологій виробництва та самих товарів, спеціалістів культурологів.

Вважаємо, що до основних причин розширення асортименту та обсягу нематеріальних послуг для бізнесу можливо віднести:

1. Науково-технічний прогрес;
2. Поглиблення поділу праці та спеціалізації на всіх стадіях суспільного відтворення;
3. Інтенсивна конкурентна боротьба на всіх національних та міжнародних ринках, що вимагає високої кваліфікації обслуговування бізнесу та окремої дифе-

ренціації товарів на основі додаткових нематеріальних послуг (гарантійне обслуговування).

Виділенню особливих нематеріальних послуг для індивіда сприяє:

1. Зростання якості в бік саморозвитку та самореалізації;

2. Фокусування індивідом на покращенні своїх фізичних та інтелектуальних якостей;

3. Задоволення соціальних, культурних та духовних запитів як окремої людини так суспільства в цілому.

Окрім цього свій внесок в активізацію споживання нематеріальних послуг вносять й інші фактори, наприклад світові демографічні процеси (старіння нації в високо розвинутих країнах) спричинили бурхливий розвиток такого сегменту нематеріальних послуг як охорона здоров'я та подовження життя людини. Інноваційний розвиток економіки вимагає від людини постійного та безперервного процесу отримання знань з метою кваліфікаційного та професійного зростання, провідні ролі в суспільстві займають люди з високим рівнем освіти.

Окремо слід відзначити такий вид нематеріальних послуг як послуги гостинності та туризм. Ця галузь в останні роки активно розвивається та, за оцінкою Світового конгресу з туризму, вносить до ВВП світу приблизно 10%. Сьогодні туризм стає засобом комунікації між представниками різних культур, розвитку інтелекту людини через вивчення світового культурного спадку, а це сприяє самовдосконаленню та самореалізації індивіду. З іншого боку, активний відпочинок, рекреація та відновлення людського потенціалу також виступають одним звидів нематеріальних послуг із збереження та подовження життя людини.

Все вищевикладене є лише початком опису важливого сегменту нематеріальних послуг з метою визначення їх значення в сучасній економічній системі.

**ВИСНОВКИ.** Проведене нами дослідження дає нам змогу стверджувати, що сфера послуг є надзвичайно важливою для сучасної постіндустріальної економіки, а її внесок у ВВП провідних країн світу постійно зростає. В умовах постіндустріальної економіки в ієрархії людських потреб та мотивів людської діяльності провідне місце займають саморозвиток та самореалізація від яких значно залежить соціальний статус індивіда. Це призводить до формування нового типу особистості потреби якої спрямовані на досягнення інтелектуальних висот, внутрішню гармонію, творчу реалізацію. В цей час розвиток людини, багато в чому, отожднюється з розвитком нової економіки знань основу якої складає сфера послуг. Теоретичні аспекти дослідження послуги, як економічної категорії мають значну історію традицію, яка починається з теорії класичної політичної економії А.Сміта. Не зважаючи на це, до сьогодні, відсутнє єдине визначення послуги як категорії економічної теорії. Власне багатогранність самої послуги й ускладнює її визначення та розуміння як економічної категорії, а сучасний постіндустріальний етап розвитку людського суспільства ставить перед дослідниками нові виклики та вимоги до формулювання даної наукової категорії.

В свою чергу, нематеріальні послуги набувають в сучасній економіці провідного значення. В світовій економічній думці нематеріальність послуги вважається головною її характеристикою. Відмінністю більшості послуг є використання нематеріального фактору виробництва – людської праці. Нематеріальність послуги прямо впливає на її корисний ефект. Визначення та

класифікація нематеріальних послуг надають перспективи для подальших досліджень особливостей процесу відтворення в умовах сучасної ринкової системи, особливостей ринку нематеріальних послуг, його структури, функцій та інституційних основ функціонування.

**ДИСКУСІЯ.** В результаті проведеного нами теоретичного дослідження виникає багато дискусійних питань, зокрема, проблема нематеріальності деяких видів послуг, наприклад послуг з охорони здоров'я, адже що може бути більш матеріальним для людини аніж вона сама? Проблема матеріальності послуги та притаманних їй матеріальних елементів, які застосовуються в процесі виробництва послуги. Проблема інтеграції послуги в матеріальне виробництво товарів. Проблема визначення характерних ознак послуги як економічної категорії, та залучення специфічних ресурсів споживача послуги, без яких виробництво послуги не є можливим тощо.

Подальші авторські дослідження будуть спрямовані на визначення сутності та особливостей нематеріальних послуг в сучасній економічній системі, нададуть можливість визначити роль та значення нематеріальної послуги як інституційного елементу постіндустріальної економіки. Дозволять автору розробити та обґрунтувати нову класифікацію послуг на основі особливих критеріїв використання знань та генерування інформаційних ресурсів. Розкрити основні тенденції функціонування та розвитку ринку нематеріальних послуг в системі інноваційного відтворення сучасної глобальної економіки. Дослідити специфіку зародження, розвитку та функціонування нематеріальних послуг в сучасній економіці України.

#### Список використаних джерел

1. Закон України "Про захист прав споживачів" від 12.05.1991 року № 1023-XII.
2. Базилевич В.Д. (2014) Інтелектуальна власність: підручник. – К.: Знання. – 671 ст.
3. Історія економічних учень: підручник (2004)/за ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання. – 1300 с.
4. Angela M. Rushton, David J. Carson, (1989) "The Marketing of Services: Managing the Intangibles", *European Journal of Marketing*, Vol. 23 Iss: 8, pp.23 – 44 <http://dx.doi.org/10.1108/EUM00000000000582>
5. Bitner, Mary J. (1992), "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Consumers and Employees," *Journal of Marketing*, 56 (April), 57-71. <http://dx.doi.org/10.2307/1252042>
6. Cristofer H. Lovelock *Service Marketing*. – Prentice Hill, 2001 – p.660.
7. Daniel Bell (1976) *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting Basic Books; Reissue edition*.
8. Hill T. P. *On Goods and Services / T. P. Hill // Review of income and Wealth*. – 1977. – December. – Vol. 23. – P. 320
9. Gordon H.G. McDougall, Douglas W. Snetsinger, (1990) "The Intangibility of Services: Measurement and Competitive Perspectives", *Journal of Services Marketing*, Vol. 4 Iss: 4, pp.27 – 40 <http://dx.doi.org/10.1108/EUM000000000002523>
10. Gronroos, C. (1998), "Marketing Services: The Case of a Missing Product," *Journal of Business and Industrial Marketing*, 13 (415), 322-38. <http://dx.doi.org/10.1108/08858629810226645>
11. Kotler F. (1998) *Marketing management: analysis, planning, introduction and control*. Sankt Petersburg.
12. Marx K. Engels F. (1980) *Compositions*. V.17, Part 1.
13. R. Maleri and U. Fritzsche, "Grundlagen der Dienstleistungsproduktion," 5. Ed., Springer, Berlin, Heidelberg, 2008.
14. Say, J.-B. (1836), *A Treatise on Political Economy*, August M. Kelley, New York, NY.
15. Smith, A. (1776), *The Wealth of Nations*, Books I-III, Penguin Books, London.
16. Valarie A. Zeithaml (1988), "Fundamentals in Services Marketing," in *Proceedings: Add Value to Your Service*, 6th Annual Services Marketing Conference, C. Surprenant, ed. New York: New York University, 7-11.
17. <http://www.wttc.org/focus/research-for-action/economic-impact-analysis/>
18. <http://data.worldbank.org/>
19. <http://cyberleninka.ru/article/n/dialektika-obshego-i-spetsifichnogo-v-sfere-uslug>

Надійшла до редколегії 21.05.15

А. Витренко, канд. экон. наук, докторант  
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

### НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ УСЛУГИ В СОВРЕМЕННОЙ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

*В статье рассматриваются основные особенности постиндустриального общества и растущая важность услуг, особенно нематериальных услуг, в современной экономической системе. Анализируется историческая ретроспектива подходов к определению природы услуг и предоставляется авторское определение услуг. Автор уделяет большое внимание нематериальным услугам, и их роли в развитии индивидуальных и общественных потребностей и предпочтений.*

*Ключевые слова: постиндустриальная экономика, нематериальная услуга, потребности, экономические интересы, сервисная экономика.*

A. Vitrenko, Candidate of Sciences (Economic),  
Associate Professor, Doctoral student  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

### INTANGIBLE SERVICES IN MODERN POSTINDUSTRIAL ECONOMICS

*The paper deals about main features of the post-industrial society and the increasing importance of services, especially the intangible services, in modern economics system. As we can see, in the leading countries of the world, which are the locomotive of the world economy and in the countries that have built their growth on the principles of intellectualization of production and services play a key role in the GDP formation. The expansion of service delivery in these countries was based on a qualitative changes in the production structure and qualitative changes in human society, the principles of its organization and functioning, and the increasing role of human intellectual activity, high education level, increasing average income per capita and high social standards. In the present world economic literature, this situation is characterized by the term 'Services Revolution' (Bell, 1972). This is mainly typical for post-industrial society.*

*The definition "service" is interpreted in different ways, that is leading to differences of opinion, inconsistency, ambiguity in the interpretation, diversity of definition. This is primarily due to the fact – services are diverse and numerous, and secondly every scientist defines the essence of the service concept depending on the subject area of the research. Therefore, it is necessary to consider alternative views on services in global economic theory, it will enable us to determine the nature of service and separate special kind of service – namely intangible service as actual category of the current economic system.*

*We can formulate the following definition of services as a special good, service – a special intangible product that is included in the process of production and circulation in the form of a special useful effect from manufacturer on purpose to meet the unique consumer needs (usually intangible).*

*In the post-industrial society occur the processes of transformation of material goods, particular in the structure of any product, in the formation of its value and use value, come to the fore immaterial part of it, and the ideal components of intangible goods in the form of knowledge and skills which are necessary for the production of this good. In addition, clear difference between production technologies, marketing material goods and services disappears.*

*As a whole with the complications processes of human needs and complexity of production technology, occur complication and transformation in definition utility of services, service differentiation increases their utility too. Based on the commodity nature of intangible services, it can be seen as a set of useful actions during the interaction of consumers and manufacturer to meet specific needs. Considering intangible services, we note that most of them are private goods, which are characterized by categories competition and exclusivity.*

*Keywords: post-industrial economics, intangible service, needs, economic interest, service economics*

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics; 2015, 8 (173): 49-59

УДК 339.7, 339.9

JEL: F21, P32, P33, G20

DOI: dx.doi.org/ 10.17721/1728-2667.2015/173-8/8

Т. Нагачевська, канд.екон. наук, доц.,  
Н. Пластовець, економіст  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

### ОСОБЛИВОСТІ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТИВАННЯ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОГО ЛАНЦЮГА АГРОБІЗНЕСУ

*У статті обґрунтовано висновки щодо невідповідності стану процесів залучення прямих іноземних інвестицій в аграрному секторі світової економіки існуючим потребам галузі. Розкрито характеристику глобального виробничо-збутового ланцюга агробізнесу в контексті інвестиційних процесів. Встановлено значну залученість країн, що розвиваються, та країн з перехідною економікою до переміщення іноземного капіталу в секторі сільськогосподарського виробництва та домінування розвинених країн у супутніх галузях. Виявлено світові тенденції процесів прямого іноземного інвестування секторів АПК. Визначено фактори активізації процесів іноземного інвестування в сільськогосподарському виробництві на сучасному етапі. Обґрунтовано напрями розробки і впровадження заходів державної інвестиційної політики, що спрямовані на підвищення ефективності аграрного сектору за допомогою використання іноземного капіталу.*

*Ключові слова: прями іноземні інвестиції, транснаціональні корпорації, виробничо-збутовий ланцюг, аграрний сектор, продовольча проблема, інвестиційна політика.*

**Постановка проблеми.** Важливою формою міжнародних економічних відносин на сучасному етапі є міжнародний рух капіталу, який суттєво впливає на динаміку економічних процесів у світовому масштабі та є потужним джерелом конкурентоспроможного зростання всіх галузей економіки. Саме тому проблема активізації іноземного інвестування є надзвичайно актуальною як для світової економіки в цілому, так і для окремих національних господарств країн різного рівня економічного розвитку зокрема.

Сучасними світовими реаліями є розвиток проблеми продовольчої безпеки, що неминує порушує питання ефективності аграрного сектору. Неспроможність агропромислового комплексу пояснюється недостатніми внутрішніми ресурсами багатьох країн світу, з чого випливає необхідність використання механізму іноземного інвестування в галузі.

Сьогодні зростаючі ціни на продукти харчування та енергоресурси, а також очікування суттєвого зростання чисельності населення в найближчому майбутньому породжують виникнення продовольчої проблеми, на-