

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ АСПЕКТИ ТЕОРІЇ СЕРВІСНОЇ ЕКОНОМІКИ

SOME INTERDISCIPLINARY ASPECTS OF THE SERVICE ECONOMY THEORY

На основі дослідження взаємопов'язаних факторів та тенденцій розвитку світової економіки у статті розглянуто міждисциплінарний зв'язок теорії сервісної економіки та інших суспільних і природничих наук. Визначено, що взаємозв'язок та взаємний вплив у процесі функціонування трьох елементів економічної системи – індивіда, організації та суспільства – формують міждисциплінарні аспекти цієї теорії. З метою візуалізації побудована структурно-логічна схема міждисциплінарних зв'язків теорії сервісної економіки.

Ключові слова: сфера послуг, індивід, організація, суспільство, міждисциплінарність.

На основе исследования взаимосвязанных факторов и тенденций развития мировой экономики в статье рассмотрена междисциплинарная связь теории сервисной экономики и других общественных и естественных наук. Определено, что взаимосвязь и взаимное влияние в процессе функционирования трех элементов экономической системы – индивида, организации и общества – формируют междисциплинарные

аспекты этой теории. С целью визуализации построена структурно-логическая схема междисциплинарных связей теории сервисной экономики.

Ключевые слова: сфера услуг, индивид, организация, общество, междисциплинарность.

In the article the interdisciplinary communication of service economy theory with other social and natural sciences identified. The author's research was based on related factors and trends of the world economy. Author determined that the relationship and mutual influence in the operation between three elements of the economic system - individuals, organizations and society form the interdisciplinary aspects of the service theory. In order to visualize author made the structure-based logic circuit of interdisciplinary connections service economy theories.

Key words: services, individual, organization, society, interdisciplinarity.

УДК 338.467.4

Вітренко А.О.

к.е.н., докторант кафедри економічної теорії, макро- і мікроекономіки Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Постановка проблеми. Із попередніх наших досліджень стає зрозумілим, що багато вчених-економістів намагалися провести ґрунтовне дослідження сфери послуг, дати відповіді на більшість запитань, які виникали в їх процесі, та вирішити проблеми, які були підняті прикладною економікою. Їх відповіді та рекомендації різнилися між собою, співпадали з їх суб'єктивними поглядами на дану проблематику економічної науки. Це вказує на важливість та необхідність подальших досліджень учення про послуги, або теорію сервісної економіки, як особливу частину економічної теорії. Крім того, множинність отриманих результатів указувала на значну увагу до сфери послуг із боку не лише економічної науки, а й інших наук: філософії, соціології, психології, історії тощо. Наша робота ґрунтується на колективних спробах учених дослідити актуальну на сьогодні проблематику сфери послуг, на намаганнях відобразити якомога більше дослідницьких підходів та парадигм, отриманих у результаті вивчення зародження, становлення та розвитку сервісної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. 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 учених-економістів серед яких: В. Базилевич, А. Чухно, Н. Гражевська, А. Маслов, В. Сізенко, Р. Джадд, Т. Хілл, Дж. Боуен, Р. Сільвестро та ін.

Постановка завдання. Специфічною метою даної статті є дослідження взаємопов'язаних факторів та тенденцій розвитку економіки, які нададуть нам змогу сформулювати істотне твердження щодо дійсного міждисциплінарного значення сучасного вчення про послуги та перспектив подальших досліджень у сфері послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для більш вагомого підтвердження нашої гіпотези зробимо припущення про взаємозв'язок та взаємний вплив у процесі функціонування трьох елементів економічної системи – індивіда, організації та суспільства. Така тріада економічних елементів дасть нам змогу сформулювати та підтвердити тези щодо міждисциплінарного значення теорії сервісної економіки. Крім того, взаємозв'язок цих економічних елементів та результатів їх взаємодії ми відобразимо в пірамідальній моделі на рис. 1.

В основі цієї піраміди будуть знаходитися результати застосування послуг у сегментах науки, управління та технології. Середина цієї піраміди фактично створює міждисциплінарний аспект тео-

рії сервісної економіки та описує дослідження, які його характеризують.

Вершина піраміди – новий науковий інтегрований пошук розвитку сфери послуг. У такому контексті, на нашу думку, необхідно звернути особливу увагу на другий та третій рівні цієї піраміди в розумінні можливого виникнення проблеми розриву між метою теорії сервісної економіки, вимогами з боку індивіда та суспільства, які до цього висуваються, та сучасним станом його розвитку. Розглядаючи цю модель, ми маємо право стверджувати, що така пірамідальна її форма описує та втілює в собі головні взаємозв'язки послуг із вищевизначеною тріадою економічних суб'єктів. Вона обґрунтовує твердження про важливе значення сфери послуг у сучасній економічній системі, головну її мету щодо одночасного формування цінності для індивіда, організації та суспільства, та вимагає від сучасного вчення про послуги визначити дану цінність для економічних суб'єктів як головну його мету. Тобто сутність міждисциплінарного значення теорії сервісної економіки, на нашу думку, полягає у визначенні та оцінюванні цінності послуги для індивіда як її споживача та найманого працівника для організації як споживача та виробника послуги та для формування високого рівня добробуту суспільства взагалі через людиноорієнтовану систему спільного створення цієї цінності. Дане визначення стверджує і визнає сучасну технологічну складність та новизну послуг в умовах постіндустріальної економіки, провідну роль послуг у досягненні високого рівня конкурентоздатності національної економіки в умовах глобалізації, дає змогу ширше поглянути на сферу послуг та сприяє подальшому прогресу в дослідженнях такої актуальної проблематики сучасної економічної науки.

Такий науковий підхід до дослідження міждисциплінарних аспектів теорії сервісної економіки доповнює та розширює традиційні методи дослідження. Аналіз сфери послуг присутній у багатьох наукових дисциплінах, які вирізняють та досліджують послуги як особливий вид діяльності серед широкого спектру людських взаємовідносин. Деякі наукові дисципліни займають у цих дослідженнях чільне місце, як такі, що зробили значний внесок у дослідження сфери послуг: економічну теорію, соціологію, менеджмент, комп'ютерні та інженерні науки тощо. Вони зазвичай розглядаються як основа для розуміння сутності послуги, а їх наукові парадигми сприймаються як базис для подальших наукових досліджень усієї сфери послуг. Такий підхід до розробки проблематики сфери послуг є мультидисциплінарним, його не можна визнавати помилковим або неправильним, на нашу думку, його необхідно доповнювати науковою концепцією та знаннями щодо спільного створення цінності послуги в результаті взаємодії різних економічних елементів у сучасній постіндустріальній економіці. Цей підхід у застосуванні до вчення про послуги дасть змогу розширити та збагатити методологію її дослідження порівняно з традиційними підходами, посилити міждисциплінарність теорії сервісної економіки через її інтеграцію з усіма вищезгаданими та новими науковими дисциплінами, пояснити дослідження пірамідальної моделі вчення про послуги, особливо її середнього та найвищого рівня; у поєднанні з набором знань інших галузей науки дасть змогу знайти вирішення сучасним проблемам розвитку сфери послуг із застосуванням людиноорієнтованої моделі спільного створення цінності – поєднання впливу споживача, виробника, ресурсу, ринку. Загальне наукове поєднання концепції, характеристики, методів дослідження

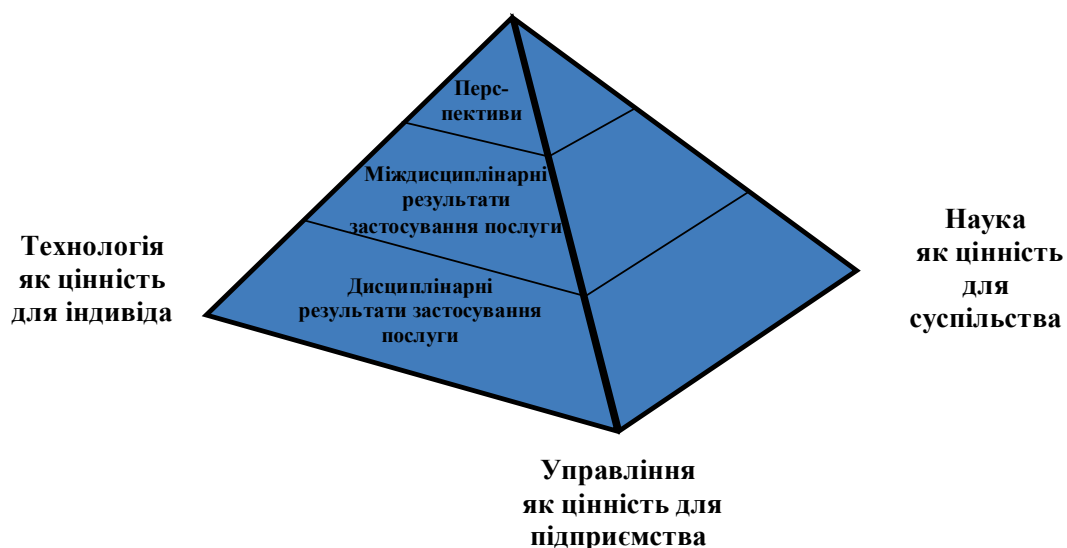


Рис. 1. Класифікація послуг за Р. Сільвестро

вчення про послуги з іншими науками та результатами, які можна досягти з його допомогою, допоможе покращити загальнонаукове розуміння сучасних економічних та соціальних процесів.

Розглянемо детальніше деякі емпірично досліджені тенденції розвитку послуги та сфери послуг взагалі з метою підкреслити міждисциплінарність теорії сервісної економіки та необхідність урахування в цьому аспекті його пірамідальної моделі.

На нашу думку, в економічних дослідженнях сфери послуг економічну категорію «цінності послуги для споживача» можна вважати еквівалентною категорії «цінність послуги в процесі життєдіяльності споживача». Таким чином, для її визначення нам необхідно визначити цінність пропозиції послуги, яка дасть індивіду змогу задовольнити свої потреби протягом усього його життєвого циклу та зможе поєднати індивіда у процесі споживання корисних властивостей послуги з іншими її споживачами з метою отримання додаткового ефекту від масштабу. Як відомо, потреби людини трансформуються протягом усього його життя. Наприклад, життєвий цикл людини включає в себе виникнення потреби до збільшення сім'ї, і головним механізмом реалізації цієї потреби є народження дитини. Задоволення цієї потреби, згідно із законом зростання потреб, призводить до виникнення певної кількості нових, які можна задовольнити шляхом споживання нових послуг. Кількість послуг в економіці, що сприяють її задоволенню, є значною: продаж спеціалізованих дитячих товарів, медичне обслуговування, страхування, освіта тощо. Поєднання всіх цих послуг в один комплекс обслуговування створює для споживача додаткову цінність від кожної послуги окремо. Поєднання та зв'язок з іншими споживачами аналогічних послуг призводять до задоволення додаткових соціальних потреб (поглиблення знань, емоційна та соціальна підтримка тощо) вищого рівня, а це також збільшує цінність послуги для споживача. Своєю чергою, використовуючи механізми взаємного впливу, виробники послуг можуть стимулювати виникнення стійкого взаємозв'язку між ними та індивідами або соціальними групами індивідів із метою підвищення рівня задоволення від споживання послуги і, як наслідок, її цінності. Таким чином, ми можемо спостерігати процес спільного створення цінності послуги для споживача та виробника. Послуги, своєю чергою, відіграють значну роль протягом усього життєвого циклу людини, це призводить до необхідності їх дослідження із залученням багатьох наукових дисциплін із метою адекватного їх розуміння. Відзначимо, що індивід протягом життя споживає не лише послуги, а й матеріальні товари сфери промислового виробництва чи сільського господарства. Трансформаційні процеси в економіці свідчать, що сьогодні кордони між матеріальним виробництвом та послугами

поступово зникають, а матеріальні галузі починають використовувати стратегії розвитку, які характерні для сфери послуг, – кастомізацію товарів. Ці сфери економіки можуть поєднуватися та переплітатися з метою створення нової додаткової споживчої цінності для індивіда, що є для всіх надзвичайно вигідним.

Соціалізація сучасного суспільного життя та економічних процесів знаходить свій вираз у широкому розповсюдженні соціальних мереж, які викликають своєю діяльністю виникнення нових та мультиплікативне зростання вже наявних потреб. Феномен соціальних мереж сильно вплинув на реалію економічного життя та економічну систему постіндустріального суспільства. Зокрема, суспільство стало свідком зростання значення максимізації задоволення людської потреби та зростання споживчої вартості нових товарів, що ґрунтувалося на необхідності задоволення особистих соціальних потреб. За своєю сутністю соціальні мережі – новий, сучасний вид персональних послуг, а їх дослідження ґрунтуються на дослідженнях філософії, соціології, психології, сучасних інформаційних мереж. Економічна значущість соціальних мереж підкреслюється масовою присутністю в них економічно активних індивідів, підприємств, організацій не лише з метою маркетингу та реклами, а й з метою проведення економічних досліджень та економічних експериментів. Окрім того, багато організацій інтегрують технології соціальних мереж для розширення бази споживачів. Стає зрозумілим, що модель спільного створення цінності послуги для споживача, організації та суспільства може пояснити такий успіх соціальних мереж як особливого виду сучасної послуги.

Кожен індивід у процесі життєдіяльності може виступати як споживач послуги та як виробник певного набору послуг: ведення домашнього господарства, піклування про дітей, передачу інформації, поширення індивідуальних та професійних знань та навичок тощо. Єдина проблема полягає в тому, що не кожний індивід має необхідний спектр та кількість ресурсів для виробництва послуги в економічній площині, наприклад в категоріях продавця або найманого працівника. У загальному вигляді ми можемо сформулювати дане твердження так: кожна людина відіграє значну роль у процесі задоволення власних потреб протягом усього свого життєвого циклу, але таке задоволення поєднує в собі всі складові частини процесу взаємодії – віддачу та отримання. Здатність людини до споживання послуги одночасно надає їй змогу виробляти послугу, прикладом може бути передача інформації та знання від більш досвідченого туриста до менш досвідченого. На персональному рівні межа між споживачем та виробником послуги може невілюватися в її економічному сенсі, та вона стає більш помітною в процесі спільного створення споживчої

цінності послуги. Розширення набору послуг та збільшення їх цінності робить соціальні відносини в суспільстві більш досконалішими, а це призводить до зростання продуктивності праці та добробуту всіх його членів; окрім того, окремі індивіди реалізують свій виробничий потенціал. Це пов'язує вчення про послуги з науками з управління діяльністю індивіда та підприємства.

Дослідження вченням про послуги цінності послуги для споживача щільно переплітається з економічною наукою, зокрема з теоріями корисності та ціноутворення. На нашу думку, цінність для індивіда є більш загальною категорією, ніж корисність послуг, яка може бути реалізована через механізми ціноутворення. Ціна в кінцевому рахунку регулює інтенсивність економічної діяльності. Своєю чергою, цінність потребує міри оцінювання, яка буде мати здатність до порівняння із ціною, щоб бути ефективним інструментом визначення мети спільного створення цінності послуги. Ця проблема є подібною до проблеми визначення нематеріальної вигоди в процесі інвестування. Фундаментальна її складність полягає в суб'єктивності вимірювання цінності. Наприклад, цінність послуги з передачі та отримання спеціального знання буде різною для професійних та непрофесійних споживачів. Для вирішення цієї проблеми необхідно використовувати не лише економічну теорію, а й психологію, поведінкові науки, залучати та інтегрувати в її вирішення інформаційні технології. Без їхньої участі та синергії зусиль неможливо повністю оцінити та дослідити цінність послуги, своєю чергою, сфера послуг може зіштовхнутися з перешкодами у досягненні нею завдань, які ставляться з боку економічної системи.

Наступною міждисциплінарною проблемою вчення про послуги може стати моделювання можливостей для інтенсифікації та зростання цінності послуги для індивіда. Така модель має дати відповідь на запитання, який максимальний рівень цінності послуги можливий і як сприяти його зростанню. Можна спробувати створити дану модель на осевій виробничій функції, яка використовується в теорії мікроекономіки. Виробнича функція буде описувати пряму залежність від технології виробництва та обсягів поєднання ресурсів під час виробництва у сфері послуг. Тобто ми виходимо на взаємозв'язок теорії послуг із науками управління та технологією виробництва в питаннях спільного створення цінності. Ґрунтуючись на даному твердженні, ця модель може запропонувати шляхи та методи зростання цінності з використанням теорії мереж. Вона буде пояснювати зростання цінності послуги для індивіда через механізм поєднання індивідів в єдину споживчу мережу та дасть змогу визначити присутність обмеження зростання цієї цінності. На відміну від природних ресурсів межі зростання цінності послуги для індивіда не є

настільки сильно обмеженими та мають більше можливостей, аніж межі виробництва матеріальних товарів. Отже, така модель зростання може окреслити нові перспективи дослідження вчення про послуги та надати більше можливостей для розуміння їх значення в сьогодишньому глобалізованому світі.

Наступним економічним елементом, який ми будемо розглядати, є організація. Необхідно звернути увагу на цінність послуги для неї та зрозуміти вплив на міждисциплінарність вчення про послуги. Фундаментальним економічним показником цінності для організації є рівень отриманого прибутку. Ґрунтуючись на цьому твердженні, ми можемо визначити цінність послуги для організації як цінність його потреби у функціонуванні та виробництві кінцевого продукту впродовж його життєвого циклу та поєднання його потреб з іншими ринковими контрагентами. Така концепція є подібною до концепції щодо споживача. Аналогічно до потреб споживача, потреби організації трансформуються та розвиваються впродовж її життєвого циклу, також вони можуть змінюватися під впливом інших учасників ринку.

Послуги збагачують економіку та розвивають суспільство, але не сфера послуг забезпечує людську цивілізацію їжею та енергією. Сфера виробництва та сфера послуг у сучасній економіці є тісно пов'язаними, але їх виробничі системи все одно залишаються роз'єднаними. Сфера послуг використовується як необхідний елемент для підготовки промислового виробництва та підтримки реалізації вироблених матеріальних продуктів після. Таке роз'єднання не є обов'язковим та доцільним, адже багато послуг є об'єктивно необхідними для забезпечення безперебійного процесу промислового виробництва. Як свідчить історичний розвиток економіки, процеси активного поєднання цих двох сфер та застосування послуг у промисловості вже почалися, наприклад послуги з гарантійного та післягарантійного обслуговування, що сприяє додатковому зростанню цінності від використання послуг для організації. Крім того, ми можемо звернути увагу на синергетичний, накопичувальний ефект від використання послуг в організаціях, які використовують однакові засоби виробництва, наприклад управління авіацією або кораблями.

Процес зростання обсягів виробництва товарів часто супроводжується змінами в структурі залучених ресурсів, які відбуваються під впливом ефекту масштабу. Як отримати економію від масштабу в галузях промислового виробництва є зрозумілим, проте на аналогічне питання у сфері послуг дуже важко знайти правильну відповідь. Фундаментальною проблемою даного питання є відсутність можливостей виокремити та розділити конкретний вид знання, продуктивні навички чи професійний досвід людини в процесі надання послуги та спря-

мувати їх на виробництво інших послуг. Ця проблема може стати однією з центральних проблем учення про послуги, вона тісно пов'язана з іншими нерозв'язаними питаннями, на які загальна економічна теорія не може дати відповіді: зменшення інтенсивності використання людських знань у процесі виробництва послуги, підвищення якості та продуктивності людської праці, шляхи сприяння створенню нової цінності пропозиції. Вирішення цих проблем вимагає міждисциплінарної співпраці, необхідні нові технологічні розробки у сфері послуг, нові методи управління, що будуть мати змогу пояснити, які людські знання та інші ресурси можуть багаторазово використовуватися в процесі виробництва послуг, яким чином їх можна акумулювати та поширювати з метою досягнення високого рівня цінності послуги для організації.

Спільне створення цінності послуги в процесі взаємодії економічних суб'єктів вимагає активізації процесів прийняття рішень у режимі реального часу, це, своєю чергою, призводить виникнення проблем, які неможливо розв'язати на основі статичної моделі управління та оптимізації процесів функціонування організації. Робота з великими масивами інформації та потоком даних можлива лише через залучення до вчення про послуги нових методів їх аналізу та моделювання в режимі реального часу. Такий аналіз призведе до зростання ефективності, послідовності надання та якості послуг. Виникає потреба у поєднанні вчення про послуги та інформаційних наук. Це поєднання створить інструменти для кібернетичної людиноорієнтованої співпраці з метою вирішення нагальних проблем контролю, комунікації та роботи з великими масивами інформації, поглибить знання вчення про послуги щодо визначення цінності послуги для індивіда та організації через їх поєднання за допомогою цифрових технологій, дасть змогу вирішити проблеми управління організацією, які виникають у різні періоди його життєвого циклу, та в кінцевому рахунку ретельніше підійти до загальнонаукових проблем роботи з великими масивами інформації.

Аналогічно до моделі зростання цінності послуги для індивіда, теорії сервісної економіки на основі міждисциплінарного підходу має бути посилене моделю зростання цінності послуги для організації. Така модель повинна дати відповіді на питання щодо максимально можливого рівня зростання цінності послуги для організації в процесі людиноорієнтованого її виробництва у визначеному місці, для визначеного типу послуги та за специфічних умов функціонування економіки. Вона має дозволити прогнозувати та планувати рівень розвитку окремої організації та всієї сфери послуг, зможе допомогти визначити нову таксономію послуг у сучасному постіндустріальному світі. Створення цієї моделі також неможливе без вико-

ристання методів, підходів та знань із мікроекономіки, статистики, інформатики.

Людське суспільство є одним із найважливіших елементів економічної системи. Важливість теорії сервісної економіки для розвитку суспільства, зокрема її наукового та дослідницького потенціалу, є беззаперечним. До спірного та дискусійного питання можна віднести метод визначення цінності послуги для суспільства як простої суми цінності послуги для індивіда та для організації. На нашу думку, вірнішим буде вважати, що цінність послуги для суспільства походить від поєднання двох видів цінності на суспільному рівні та скореговане на протиріччя між індивідом та підприємством як економічними суб'єктами. У такому ракурсі можна визначити, що основним джерелом створення цінності послуги для суспільства є функціонування специфічних суспільних інститутів, які за допомогою досягнення синергетичного ефекту від поєднання цінності послуги на мікрорівні для індивіда та підприємства підвищують цінність послуги для суспільства з метою максимізації задоволення суспільних потреб. Визначення таких інститутів також є однією з проблем вивчення для теорії сервісної економіки. Традиційні соціологічні науки вже мають великий досвід та значні результати досліджень суспільних інститутів, проте їх можна актуалізувати поєднавши методи та інструменти дослідження з ученням про послуги. Наприклад, існує актуальна сучасна можливість проведення різноманітних соціальних інструментів із використанням нових видів електронних послуг, такі соціальні експерименти та експерименти у сфері послуг можуть бути взаємодоповнюючими та взаємовигідними, що ще раз підкреслює міждисциплінарність вчення про послуги.

Імплементация результатів дослідження теорії сервісної економіки може мати позитивний суспільний ефект у вигляді зростання конкурентоздатності національної економіки. Розглядаючи структуру національної економіки, відзначимо, що органи державного управління є невід'ємною частиною сфери послуг, їх важливість для економічної системи є загальновідомою, але ефективність їх діяльності знаходиться в межах від «неефективної» до «дуже ефективної». Крім того, органи державного управління є найбільш інертною частиною сфери послуг. Дослідження механізмів державного управління в контексті необхідності його змін є майже ірраціональним для науковців, проте вчення про послуги може здійснювати такі специфічні дослідження з використанням комп'ютерних засобів та інформативних моделей. Такі комплексні наукові дослідження системи надання послуг державного управління мають значні перспективи. Вони мають змогу визначити роль цієї частини сфери послуг у суспільстві, прогнозувати наслідки її розвитку або зміни. Крім того, таке комплексне дослідження з

використанням методик науки державного управління дасть змогу зрозуміти проблеми та окреслити шляхи і методи їх розв'язання з метою загального покращення функціонування сфери послуг, зростання добробуту населення, посилення конкурентоздатності національної економіки.

Одним із додаткових механізмів досягнення високого рівня конкурентоздатності національної економіки є покращення інфраструктури сфери послуг, особливо такої її частини, як послуги комунікації та зв'язку. Нині фізична економічна інфраструктура (будівлі, дороги, мости тощо) та інфраструктура комунікаційних послуг роз'єднані між собою, а це є неефективним із точки зору життєдіяльності людини, підприємства, суспільства. Першим кроком до подолання цього розриву може стати обов'язковий розвиток інфраструктури інформаційних послуг під час проектування нових об'єктів будівництва. Прикладом може бути швидкий розвиток бездротового з'єднання з Інтернетом (Wi-Fi) у сучасних містах. Єдиною проблемою може стати важкість інтеграції необхідної інфраструктури в уже наявну фізичну інфраструктуру економіки. На нашу думку, розвиток інфраструктури інформаційних послуг призведе до розвитку елементів інформаційної економіки як складової частини всієї економіки, а отже, й до прискорення темпів економічного зростання та зростання суспільного добробуту. Тобто ми бачимо взаємозв'язок вчення про послуги та наук із будівництва та управління містом.

Багато сучасних наукових досліджень у сфері економічної науки концентрують свою увагу на проблемах сталого розвитку світової або національної економіки. З позиції дослідження вчення про

послуги цей вид економічної діяльності може справити значний вплив на сталий розвиток економічної системи суспільства через сприяння збільшенню продуктивності інших, не сервісних, видів економічної активності. Таке наше твердження може стати кульмінацією визначення міждисциплінарності теорії сервісної економіки та значно посилити наявну аргументацію щодо важливості сфери послуг для сучасної постіндустріальної економіки. Послуги підвищують цінність економічних благ без пропорційного збільшення споживання невідновлюваних економічних ресурсів, зменшують орієнтацію економічної системи на споживання матеріальних ресурсів, полегшують виробництво та використання відновлюваних економічних ресурсів, тим самим сприяючи стійкості економічної системи. Базисною концепцією цього твердження є поєднання корисності двох продуктів людської праці за умови поєднання економічної активності у сфері послуг з іншими сферами економіки. Таке поєднання призводить до зменшення рівня та уповільнення темпів споживання обмежених економічних ресурсів. Окрім того, аналогічно людиноорієнтоване спільне створення цінності послуги може призвести до зміни принципів споживчої та суспільної поведінки. Завдяки зростанню обсягів пропозиції та цінності цієї пропозиції для споживача, наприклад через описані вище механізми перетворення будь-якого індивіда на виробника послуг, послуги можуть збільшувати здатність суспільства до саморегулювання та самореалізації, можливе підвищення стійкості системи освіти та охорони здоров'я, які мають важливе суспільне значення.

Як і у випадку із індивідом та організацією, закінчимо наше дослідження міждисциплі-

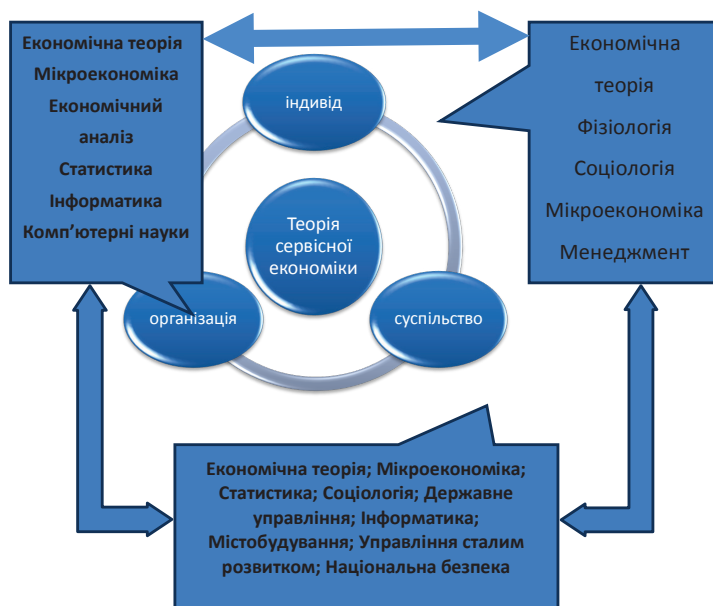


Рис. 2. Структурно-логічна схема міждисциплінарні зв'язків теорії сервісної економіки

нарних аспектів теорії сервісної економіки обґрунтуванням необхідності розробки моделі зростання суспільної цінності послуги. Ми вважаємо, що така модель не лише поєднає моделі зростання цінності для індивіда та підприємства, але й буде спрямовувати синергію цього поєднання їх в єдине ціле на створення особливих інститутів, розвиток яких є необхідним для світового господарства та людського суспільства.

Така модель дасть змогу довести необхідність зростання цінності послуги та спрогнозувати майбутні зміни у сфері послуг. За її допомогою буде можливо пояснити вплив на суспільство нових соціальних утворень (соціальних мереж), глобально інтегрованих підприємств, поєднання сервісної та поза сервісної активності, і навпаки. Найголовніше, вона зможе пов'язати в єдиний теоретичний комплекс розширення сфери послуг з одночасним зростанням її цінності для індивіда, для підприємства та для суспільства в цілому. Це може стати особливим предметом дослідження вчення про послуги в майбутньому. Як і попередні моделі зростання цінності, побудова цієї моделі вимагає міждисциплінарної взаємодії вчення про послуги з економічними, соціальними та інформаційними науками.

На основі вищевикладеного дослідження та з метою його візуалізації побудуємо структурно-логічну схему міждисциплінарних зв'язків учення про послуги, яка буде ґрунтуватися на пірамідальній моделі теорії сервісної економіки. Ця модель розкриває та пояснює взаємний вплив індивіда, організації та суспільства на процеси їх функціонування всередині економічної системи, неможливість існування одного елементу без інших. Їх взаємний вплив та зв'язок знаходять своє відображення й у предметах та об'єктах наукових пошуків різноманітних напрямів людської наукової активності. Дані наукові напрями також активно взаємодіють між собою з метою надання вичерпних відповідей на питання, що поставлені сучасними трендами розвитку соціально-економічної системи, створення нових благ, які зможуть задовольнити трансформовані людські потреби, побудови нових мереж взаємодії економічних елементів на основі знання містких послуг.

Висновки з проведеного дослідження. У процесі функціонування будь-якої економічної системи відбуваються постійні взаємодія та взаємний вплив трьох її елементів, а саме індивіда, організації та суспільства. Така тріада економічних елементів дає змогу сформулювати та підтвердити тези щодо міждисциплінарного значення вчення про послуги. Крім того, взаємозв'язок цих економічних елементів та результатів їх взаємодії відображено в пірамідальній моделі. На основі цієї моделі можна визначити сутність між-

дисциплінарного значення вчення про послуги, яке полягає у визначенні та оцінюванні цінності послуги для індивіда як її споживача та найманого працівника, для організації як споживача та виробника послуги та для формування високого рівня добробуту суспільства взагалі через людиноорієнтовану систему спільного створення цієї цінності послуги. Такий науковий підхід до дослідження міждисциплінарних аспектів учення про послуги доповнює та розширює традиційні методи дослідження, адже аналіз сфери послуг присутній у багатьох наукових дисциплінах. Деякі наукові дисципліни займають у цих дослідженнях чільне місце, зробили значний внесок у дослідження сфери послуг, зокрема економічна теорія, соціологія, менеджмент, комп'ютерні та інженерні науки. Вони зазвичай розглядаються як основа для розуміння сутності послуги, а їх наукові парадигми сприймаються як базис для подальших наукових досліджень усієї сфери послуг. Такий підхід до розробки проблематики сфери послуг є мультидисциплінарним, його не можна визнавати помилковим або неправильним, а необхідно доповнювати науковою концепцією та знаннями щодо спільного створення цінності послуги в результаті взаємодії різних економічних елементів у сучасній постіндустріальній економіці. Цей підхід у застосуванні до вчення про послуги дасть змогу розширити та збагатити методологію її дослідження порівняно з традиційним підходами, посилити міждисциплінарність учення про послуги через його інтеграцію з усіма вищезгаданими та новими науковими дисциплінами, пояснити дослідження пірамідальної моделі вчення про послуги, особливо її середнього та найвищого рівня; у поєднанні з набором знань інших галузей науки дасть змогу знайти вирішення сучасним проблемам розвитку сфери послуг із застосуванням людиноорієнтованої моделі спільного створення цінності – поєднання впливу споживача, виробника, ресурсу, ринку. Загальне наукове поєднання концепції, характеристики, методів дослідження вчення про послуги з іншими науками та результатів, які можна досягти з його допомогою, допоможе покращити загальнонаукове розуміння сучасних економічних та соціальних процесів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність : [підручник] / В.Д. Базилевич. – К. :Знання, 2014. – 671 с.
2. Базилевич В.Д., Ильин В.В. Метафизика экономики / В.Д. Базилевич, В.В. Ильин ; 2-е изд., испр. и доп. – К. : Знання, 2010. – 925 с.
3. Гражевська Н.І. Економічні системи епохи глобальних змін : [монографія] / Н.І. Гражевська. – К. : Знання, 2008. – 431 с.

4. Маслов А.О. Інформаційна економіка: становлення, структура та теоретичне осмислення : [монографія] / А.О. Маслов. – К. : Аграр Медіа Груп, 2012. – 432 с.

5. Сизоненко В.О. Людський розвиток як передумова інтеграції України у світовий інноваційний простір / В.О. Сизоненко //Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2012. – Вип. 105. – Ч. II. – 284 с.

ЕВОЛЮЦІЯ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ НА КАТЕГОРІЮ «СУСПІЛЬНІ БЛАГА» EVOLUTION OF SCIENTIFIC VIEWS ON THE CATEGORY «PUBLIC GOODS»

У статті розглянуто еволюцію наукових поглядів на категорію «суспільні блага». Зазначено, що еволюція категорії суспільних благ пов'язана з розвитком методології економічної теорії та впливом світогляду економістів. Відмічено, що розвиток суспільних благ відбувався одночасно з розвитком держави. Показано, що немає однозначного визначення суспільних благ. Усі автори визнають наявність у суспільних благ двох характерних рис: неконкурентності у споживанні (відсутність суперництва) та невиключеності (в іншій термінології – непривласності) у споживанні.

Ключові слова: суспільні блага, екстерналії, суспільство, держава, мериторні блага, опікувані блага.

В статье рассмотрена эволюция научных взглядов на категорию «общественные блага». Эволюция категории общественных благ связана с развитием методологии экономической теории и влиянием мировоззрения экономистов. Отмечено, что развитие общественных благ происходило одновременно с развитием государства.

Показано, что нет однозначного определения общественных благ. Все авторы признают наличие у общественных благ двух характерных черт: неконкурентности в потреблении (отсутствие соперничества) и неисключаемости (по другой терминологии – неприсвоаемости) в потреблении.

Ключевые слова: общественные блага, экстерналии, общество, государство, мериторные блага, опекаемые блага.

The article reviews the evolution of scientific views in the category of "public goods." It is noted that the evolution of the category of public goods associated with the development of the methodology of economic theory and the influence of world economists. It was noted that the development of public goods occurred simultaneously with the development of the state. It is shown that there is no uniform definition of public goods. All authors recognize the existence of public goods of two characteristics - (non-rivalrous) in consumption and non-excludability (in another terminology - inappropriability) in consumption.

Key words: public goods, externalities, society, state, merit goods, wards good.

УДК 330.101:163.14(477)

Журавльова Ю.О.

к.н.держ.упр., докторант
Одеський національний економічний
університет

Постановка проблеми. Філософський аспект суспільних благ, перш за все як співвідношення інтересів людини, суспільства та держави, було закладено у працях Аристотеля [1], Т. Гоббса [2], Дж. Локка [3] та ін. У дослідженнях меркантилістів та фізіократів дана проблема була пов'язана з роллю держави у відтворювальному процесі.

В економічному словнику суспільні блага – це товари та послуги, які надаються державою його громадянам на рівних засадах. Такі блага не можуть бути надані окремим особам без надання їх іншим особам. До суспільних благ належать, наприклад, оборона, безкоштовна освіта, загальнодоступне відвідування парків, музеїв тощо [4, с. 463]. В англійській економічній літературі використовується поняття public goods – публічні блага. «Public goods – блага, надання яких окремій особі неможливо без надання їх іншим особам. Наприклад, національна оборона, державна система освіти та охорони здоров'я» [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічний зміст глобальних суспільних благ досліджує Даниленко О.Л. [6], питання фінансування суспільних благ розглядає Длугополь-

ський О.В. [7], особливості відтворення суспільних благ – Залевська-Шишак А. [8], Кічурчак М.В. [9; 10]. Проблемою соціальної справедливості в контексті суспільних змін в Україні опікується Мелян Н.Ю. [11]. Суспільні блага в контексті економічної політики України знаходяться у полі зору Мортікова В. [12–14]; співвідношення понять «суспільні блага» та «соціальна сфера» досліджують Бровко Т.В., Непокупна Т.А. [15] та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є систематизація еволюції наукових поглядів на одну з базових категорій економічної науки – «суспільні блага».

Виклад основного матеріалу дослідження. Еволюція категорії суспільних благ пов'язана з розвитком методології економічної теорії та впливом світогляду тих чи інших економістів.

Так, А. Сміт у роботі «Дослідження про природу та причини багатства народів» окреслив групу благ, споживання яких пов'язане з функціонуванням суспільства в цілому. «Першим обов'язком государя є захист суспільства від насильства та посягання з боку інших незалежних суспільств; вона може бути виконана тільки за допомогою