

УДК 65.01.2

ДОСЛІДЖЕННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ ВОКЗАЛІВ З ПОЗИЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

Кисіль С. В., здобувач (УкрДАЗТ)

В статті розглянуто визначення та класифікація таких економічних категорій як потреба, благо та послуга. Проведене дослідження додаткових послуг вокзалів з позиції економічної теорії. Визначені передумови та причини їх виникнення. Результатом чого стала розробка послідовності розвитку додаткових послуг за аналогом піраміди Маслоу.

Ключові слова: потреба, благо, послуга, додаткові послуги вокзалів.

ИССЛЕДОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВОКЗАЛОВ С ПОЗИЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Кысиль С. В., соискатель (УкрГАЗТ)

В статье рассмотрено определение и классификация таких экономических категорий как потребность, благо и услуга. Проведено исследование дополнительных услуг вокзалов с позиции экономической теории. Определены предпосылки и причины их возникновения. Результатом чого стала разработка последовательность развития дополнительных услуг по аналогии с пирамидой Маслоу.

Ключевые слова: потребность, благо, услуга, дополнительные услуги вокзалов.

RESEARCH OF ADDITIONAL SERVICES OF STATIONS BY MEANS OF THE ECONOMIC THEORY

Kysil S. V., researcher (USA of RT)

In article definition and classification of such economic categories as requirement, the benefit and service is considered. The assessment of additional services of stations by means of economic categories is carried out. Creation of hierarchy of development of additional services on the basis of Maslow's pyramid became result of scientific research.

The analysis of additional services of stations showed the following. Additional services arose in mankind development, then, when the person realized need for satisfaction of certain requirements. These are ways of satisfaction of requirements for process of movement by railway transport, i.e. this benefit. Additional services can be referred to the economic, consumer and personal benefits.

Initially the mankind satisfied need for fast movement by means of railway transport, so there were stations. In a waiting time of the train of people I realized need for a left-luggage office and information bureau. And then in food, drinks, and consequently, and in paid toilets. Further development of scientific and technical progress led to requirement to save time for ticket acquisition, so there were service centers, services of copying and access to personal computers. And later need of transition from the stationary Internet to the wireless was created. The result has been the development of a sequence of stages in the development of additional services by analogy with the pyramid Maslow.

Keywords: requirement, service, additional services of stations.

Постановка проблеми та її зв'язки з науковими чи практичними завданнями.

Залізничний транспорт є одним з лідерів в транспортній системі України, та все більшого значення набувають, такі елементи транспортної системи, як вокзальні комплекси, (надалі, вокзали) бо саме через них відбувається безпосередній контакт з пасажиром, і, як наслідок, формується імідж всього залізничного транспорту. Основною послугою вокзалів є реалізація квитків на поїзди, але за останні роки зростає роль додаткових послуг, які існують на вокзалах паралельно з основними, тому доцільно з'ясувати причини та дослідити еволюцію виникнення потреби в додаткових послугах та їх існування на вокзалах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням визначення потреб та блага займалися як класики економічної теорії А.Сміт, Ж.-Б. Сей та

Ф.Котлер [1-3], так і такі сучасні науковці як: М.М. Чепуріна, М.І. Базилев, С.В. Мочерний та ін. [4-6]. Питанню розвитку послуг присвячені праці Т.А. Тультаєва [7]. Безпосередньо послугами на транспорті займалися такі вчені як: А.П. Абрамов, В.Г. Галабурда та О.І. Іванова [8].

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Однак питанням додаткових послуг, їх виникненню, еволюції, потребам в них з позиції економічної теорії приділялось недостатньої уваги, що і зумовило вибір напрямку даного дослідження.

Метою статті є дослідження розвитку додаткових послуг за ступеням зростання потреб споживачів в залежності від розвитку суспільства. За аналог взята піраміда Маслоу, як модель зростання потреб споживачів від фізіологічних (нижчого рівня) до духовних (вищого рівня).

Виклад основного матеріалу дослідження.

З економічної теорії відомо, що виробництво – це доцільна діяльність людей, спрямована на задоволення їх потреб, результатом якої є створення матеріальних і нематеріальних благ, що задовольняють людські потреби. Для розуміння закономірностей процесу виробництва необхідно детальніше охарактеризувати категорії потреб і благ.

Потреби людини можна визначити як стан незадоволення, яке він прагне здолати. Саме цей стан примушує людину робити певні зусилля, тобто здійснювати виробничу діяльність. Класифікація потреб відрізняється величезною різноманітністю. Потреби можна підрозділяти на абсолютні і відносні, вищі і нижчі, невідкладні і такі, що можуть бути відкладеними, прямі і непрямі, теперішні і майбутні та ін. [4-6]. Благо - це засіб для задоволення потреб. А. Маршалл визначав благо як «бажану річ, що задовольняє людську потребу». Ж.-Б. Сэй розглядав блага «як засоби, які ми маємо для задоволення наших потреб» [2]. Здатність предмета задовольняти яку-небудь потребу має бути усвідомлена людиною. Класифікація благ, так само як і потреб, відрізняється великою різноманітністю. Відмітимо найважливіші з них з точки зору різних критеріїв класифікації.

1. Економічні і неекономічні блага. З позиції обмеженості благ по відношенню до наших потреб можна говорити про економічні блага. Але є і такі блага, які в порівнянні з нашими потребами є в необмеженій кількості (наприклад, повітря). Такі блага називають вільними або неекономічними.

2. Блага споживчі і виробничі. Споживчі блага призначені для безпосереднього задоволення людських потреб. Виробничі блага - це використовувані в процесі виробництва ресурси (верстати, машини, устаткування, будівлі, земля, професійні навички і кваліфікація).

3. Приватні і громадські блага. Можна тільки назвати в якості прикладів громадських благ національну оборону, законотворчість, громадський порядок, тобто ті блага, якими користуються усі громадяни країни. Приватні ж блага надаються тільки тим, хто за них заплатив (поїздки на метро, відвідування кінотеатру, обід в студентській їдальні і т. п.).

Досі йшлося головним чином про матеріальне, те що має речовий характер. Але процес виробництва включає і надання матеріальних послуг. Наприклад, транспортування готового продукту від виробника до споживача. В даному випадку виробництво має на увазі не створення продукту, а переміщення його в просторі [4-6].

Коли А. Сміт писав свій знаменитий твір «Дослідження про природу і причини багатства народів», пануючим в економічній теорії і у буденній свідомості було уявлення про матеріальні блага як втілення багатства [1]. Хоча вже в XVIII - початку XIX вв. висловлювалися припущення про інші форми благ - нематеріальні. Так, Ж.-Б. Сей

зараховував до благ і адвокатські контори, і круг покупців купця, і славу військового проводиря [2]. Особливу увагу нематеріальним благам приділяв і А.Маршалл. Дійсно, потреби людей не обмежуються лише використанням у своїх цілях матеріальних благ. Таким чином, сучасне розуміння процесу виробництва включає створення як матеріальних, так і нематеріальних благ [4-6].

Проаналізувавши додаткові послуги вокзалів можна зробити наступні висновки:

1. Додаткові послуги з'явилися в процесі розвитку людства, саме тоді, коли людина усвідомила необхідність в задоволенні певних потреб.

2. Додаткові послуги – це засоби для задоволення потреб в процесі переміщення залізничним транспортом, тобто це благо.

3. Додаткові послуги можна віднести до економічних, споживчих, приватних благ.

4. Додаткові послуги, як і послуги взагалі формуються в залежності від розвитку суспільства. Розвиток наукового прогресу формує нові потреби (мобільний зв'язок, Wi-Fi (бездротовий та безкоштовний доступ) .

Сфера послуг є однією з найбільш перспективних галузей економіки, що швидко розвиваються. Сьогодні вже практично не залишилося підприємств, які б не здійснювали послуги, або, принаймні, не взаємодіяли з ними. Один з корифеїв-класиків в області маркетингу Ф. Котлер, дає наступне визначення послуги:

Послуга – будь-яка діяльність, яку одна сторона може запропонувати іншій; невлонима дія, що не приводить до володіння чим-небудь. Її надання може бути пов'язане з матеріальним продуктом [3].

Історичною передумовою виникнення ринку послуг став розвиток товарно-грошових відносин. Ринок послуг з'явився на додаток до вже існуючого товарного ринку, і довгий час ці два види ринку не були диференційовані так, як це відбулося після бурхливого росту промисловості. До того ж багато товарів, що є матеріальним результатом послуг, попадали на товарний ринок. До числа старовинних послуг відносяться транспортні послуги.

Нові додаткові види послуг з'являються як необхідне підкріплення основних. Разом із цим, сам ринок послуг абсолютно не схожий на інші ринки. Цьому є кілька пояснень. По-перше, сама послуга не існує до моменту її надання. Тому оцінити послугу, а тим більше дати їй яку-небудь оцінку до її одержання - неможливо. Порівнянню тут можуть тільки підлягати очікувані й отримані вигоди. По-друге, послугам властивий високий ступінь невизначеності, що ставить клієнта в невідгідне положення, а продавцям затрудняє просування послуг на ринок [7, 8].

Таким чином, додаткові послуги вокзалів комплексів з'явилися як підкріплення основної

послуги – реалізації квитків з метою переміщення залізничним транспортом. З розвитком науково-технічного прогресу зростає роль додаткових послуг і вони займають все більше місця в сучасному розвитку усього залізничного транспорту. Пасажир не уявляє існування вокзалів без існування довідкового бюро, камер схову та інших допоміжних підрозділів, які роблять перебування на вокзалі більш комфортним. Тому одним з векторів розвитку вокзальних комплексів України повинен бути розвиток додаткових послуг як невід'ємний показник успішності та затребуваності залізничного транспорту.

Піраміда Маслоу, краще за всіх аналогів може служити прикладом за яким доцільно виконувати дослідження послідовності розвитку додаткових послуг, що пропонуються на вокзалах. Тому, що згідно піраміди, задоволення в першу чергу потребують фізіологічні потреби, а потім вже інші. Так само і в послідовності розвитку додаткових послуг. На ранніх етапах розвитку додаткових послуг задовольнялись потреби першого рівня, тобто фізіологічні, а на сучасному рівні вимоги до послуг значно виросли, що призвело до розширення їхнього

асортименту.

Висновки даного дослідження. Результатом дослідження додаткових послуг з позиції економічної теорії та за аналогом піраміди потреб Маслоу стало визначення послідовності розвитку додаткових послуг (рис. 1).

Первісне звичайне очікування потягу пасажирами на вокзалі з розвитком наукового прогресу призвело до розвитку свідомості пасажирів, що в свою чергу призвело до розширення асортименту додаткових послуг.

Послідовність розвитку додаткових послуг відповідає послідовності задоволення потреб споживачів яку розробив Маслоу, коли задовольняння починається з фізіологічних потреб та доходить до рівня, який визначається розвитком суспільства.

Так розвиток наукового прогресу обумовив потребу в сервіс-центрах, де придбання квитків здійснюється без черги, потреби в ксероксу, а потім і в скануванні. Розвиток комп'ютерної техніки обумовив потребу пасажирів в послугах Інтернет (на початковому етапі), а потім в Wi-Fi.

Потреба в Wi-Fi (бездротовий та безкоштовний доступ), потреба в доступі до Інтернет
Потреба в скануванні, в копіювальних послугах (ксерокс)
Потреба в сервіс-центрах (для економії часу)
Потреба в паркуванні
Потреба в камері схову, довідковому бюро на вокзалах
Потреба в туалетах, продажу напоїв та їжі

Рис. 1. Послідовність розвитку додаткових послуг виходячи з потреби споживачів

Послідовність розвитку додаткових послуг яка представлена на рис 1 є нескінченною, тому що суспільство постійно розвивається, розвиток наукового технічного прогресу формує та диктує нові вимоги до додаткових послуг на вокзалах. Тому питанню подальшого розвитку додаткових послуг будуть присвячені наступні дослідження.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А.Смит. — М.: Эксмо, 2007. — 960 с.

2. Сэй, Ж.-Б. Трактат по политической экономии [Текст] / Жан-Батист Сэй; [сост., вступ. ст. и коммент. М. К. Бункиной и А. М. Семенова]. — М.: Дело: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 2000. — 378 с.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст]: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. - Новосибирск: Наука, 1992. - 736с.

4. Курс экономической теории [Текст]: Учебник для студентов ВУЗов / Под ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой. - Киров: аса, 2010. - 880 с.

5. Экономическая теория [Текст] : учеб. пособие для студентов некон. специальностей вузов / Н.И. Базылев, М. Н. Базылева. - Минск : Книжный Дом, 2005. - 319 с.

6. Основы экономической теории [Текст] : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / С. В. Мочерний, О.А. Устенко. - К. : Академія, 2005. - 502 с.

7. Тультаев Т.А. Маркетинг услуг [Текст] / Т.А. Тультаев; Московская финансово-промышленная академия. - М., 2005. - 97 с.

8. Абрамов А.П., Галабурда В.Г., Иванова Е.И. Маркетинг на транспорте [Текст]: Учебник / Абрамов А.П., Галабурда В.Г. – М.: Желдориздат, 2001. – 329с.

*Рецензент д.е.н., професор УкрДАЗТ Колесников О.В.
Експерт редакційної колегії д.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В.*