

ГЕНЕЗИС ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ОБ УСЛУГАХ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

© 2013 Е.В. Рябова*

Ключевые слова: услуги, функции, классификация услуг.

В связи с развитием теории услуг все активнее ученые обращают внимание на необходимость ее терминологической определенности. Рассматриваются теоретические представления об услуге, раскрывается сущность самой категории “услуга”, трактовки которой отличаются значительным разнообразием. Определены проблемы разработки классификации услуг.

В результате рыночной трансформации экономики многие продукты, создаваемые в процессе общественно полезного труда, приобрели товарную форму. Соответственно модифицировались их содержание, технологии производства и продажи, расширилось видовое многообразие, появились новые факторы, стимулирующие их развитие. Одним из таких продуктов общества является услуга - продукт, обладающий особыми характеристиками, имеющий стоимость и реализуемый на рынке в виде специфического товара.

В связи с развитием теории услуг все активнее ученые обращают внимание на необходимость ее терминологической определенности. Для рассмотрения теоретических представлений об услуге следует раскрыть сущность самой категории “услуга”, трактовки которой отличаются значительным разнообразием.

Научный интерес к данному термину, к его смысловой нагрузке возник, когда французский экономист Жан Батист Сэй (1767 - 1832) впервые ввел это слово в научный оборот в 1803 г. в своей работе “Трактат по политической экономии”. Он считал, что услуги оказывают не только люди, но и вещи, силы природы. Позднее другой французский экономист - Фредерик Бастиа (1801-1850), опираясь на “теорию услуг” Сэя, большее внимание уделял личным услугам и их роли в гармонизации интересов. При этом под услугой он понимал не только реальную затрату труда в процессе производства, но и всякое усилие вообще, которое прилагается кем-либо или от которого освобождается тот, кто данной услугой пользуется (идея социальной услуги)¹.

Впоследствии, по мере эволюции услуг, подходы к трактовке сущности этой категории заметно видоизменились, сама категория приобрела многоаспектный характер.

Не претендуя на полный обзор всех существующих определений категории “услуга”, раскроем содержание отдельных из них, являющихся наиболее типичными.

Действующее российское законодательство дает трактовку услуги с позиций деятельности по удовлетворению потребностей.

Так, например, ГОСТ Р 1.0-92 “Государственная система стандартизации в Российской Федерации. Основные положения” определяет “производственную услугу” как деятельность по удовлетворению нужд предприятий и организаций, но в Гражданском кодексе РФ эта же услуга включается в категорию “работа”. ГОСТ Р 50646-94 содержит более развернутое определение услуги: “Услуга - это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя”².

Подход к трактовке услуги с позиций деятельности по удовлетворению потребностей можно встретить также у зарубежных исследователей: услуга - “итог непосредственного взаимодействия поставщика и потребителя и внутренней деятельности поставщика по удовлетворению потребностей потребителя”; у Н.И. Панкратьевой “услуги - экономическая деятельность, непосредственно удовлетворяющая личные потребности членов общества, домашних хозяйств, потребности разного рода предприятий, объединений, организаций и общественные потребности или потребности общества в целом, не

* Рябова Елена Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти. E-mail: thtk.05@mail.ru.

воплощенные в материально-вещественной форме”; в финансово-кредитном энциклопедическом словаре “услуги - целесообразные виды деятельности, направленные на удовлетворение потребностей человека и общества в целом, в процессе выполнения которых не создается материально-вещественный продукт”; у Е.Е. Румянцевой услуга - “экономическая деятельность, направленная на удовлетворение спроса человека или организации”³ и др.

Широко распространенным подходом к сущности услуги является подход, отражающий нематериальность ее природы. Этот подход разделяют: составители Большого экономического словаря (“услуги - работа, выполняемая на заказ и не приводящая к созданию самостоятельного продукта, товаров”); Л.И. Лопатников (услуги как “блага, представленные не в форме вещей, а в форме деятельности”); составители Современного экономического словаря (услуги - “виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме деятельности. Таким образом, само оказание услуг создает желаемый результат”.

Самым дискуссионным, на наш взгляд, является подход к трактовке сущности услуг с позиций изменчивости качества существующего продукта.

Подобная точка зрения высказана в определении услуги, данном Е.А. Громовым, пытающимся обобщить различные характеристики в одном определении. В частности, автор пишет: “К услугам относят все виды труда, непосредственно не занятые изменением и преобразованием форм материи и сил природы и производящие особую потребительную стоимость, которая выражается в общественно полезной деятельности самого труда в различных отраслях общественного хозяйства (наука, образование, здравоохранение, органы управления хозяйством, труд в предприятиях развлечения, отдыха и др.)”⁴.

Комментируя содержание приведенных определений, считаем возможным сделать несколько обобщающих выводов.

Услуги следует рассматривать как конкретный результат экономически полезной

деятельности, проявляющийся либо в виде товара, либо непосредственно в виде деятельности. Услуга должна рассматриваться и с точки зрения формы экономических отношений, невозможно противопоставить природу услуги и материально-вещественной формы ее воплощения. Услуга, в общем понимании этого термина, означает чье-либо действие, приносящее пользу или помощь другому⁵. Любые услуги требуют наличия материальной основы для их исполнения. Присутствует сложность в измерении эффекта от оказания услуг. Эта сложность определяется тем, что исходным пунктом движения услуги является удовлетворение индивидуальной потребности, т.е. возникает отношение по поводу полезного эффекта труда, реализуемое в экономической форме услуги.

На наш взгляд, познание такого явления, как услуга, должно определяться и ее функциональной направленностью. Свойства услуги составляют сущностную сторону ее функций.

В общем понимании под функциями рассматривают определенные направления деятельности или воздействия, способы самой деятельности. Также функцию рассматривают как роль, которую выполняет один из процессов по отношению к целому. Поскольку услугам принадлежат две важные функции (одна связана с преобразованием общественной природы человека, другая с преобразованием экономической системы), то в настоящее время логика исследования приводит к выводу, что путь к более глубокому уяснению сути понятия “услуга” лежит через анализ ее функциональных особенностей. Именно их изучение позволяет более точно, четко сформулировать содержание услуги. В этом плане привлекает внимание определение, данное американским ученым Т. Хилом: “Услуга может быть определена как изменение состояния человека или предмета, принадлежащего любому участнику экономических отношений, которое достигается в результате сознательных действий другого участника данных отношений”⁶. Такое определение позволяет рассматривать услугу как экономический процесс, включающий в себя серию (или несколько) неосязаемых действий (способов) взаимодействия субъектов рынка. На

поверхности экономических процессов это явление выступает как отношение между получателем (объектом) услуги и ее исполнителем, где отправным моментом служит индивидуальная потребность объекта услуги, выраженная в форме заказа исполнителю.

Обобщая результаты изучения содержания категории “услуга”, выделим аспекты ее трактовки (см. рисунок).

В качестве примера приведем отдельные точки зрения на определение видового состава услуг. Так, например, Л.И. Лопатников выделяет материальные и нематериальные (чистые), потребительские и производственные услуги, составители Современного экономического словаря - деловые и консультативные, М.В. Виноградова, и З.И. Панина - материальные и нематериальные, А.Н. Азрилян - внут-

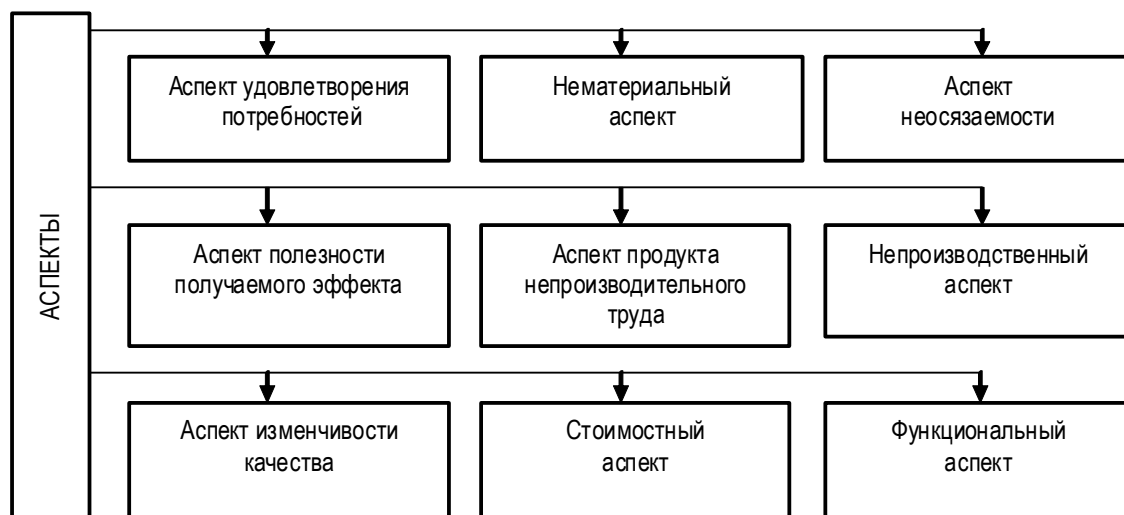


Рис. Аспекты трактовки категории “услуга”

Рассмотренные аспекты трактовки категории позволяют нам выделить сущностные характеристики услуги, отличающие ее от других видов создаваемых обществом продуктов. Предваряя изучение характеристик услуги, заметим, что попытки их конкретизации предпринимались многими исследователями.

Для раскрытия содержания и структуры функции услуги следует рассматривать новые ее элементы: цели функции и целенаправленность деятельности в рамках той или иной функции, что представлено в характеристиках функциональной направленности услуги.

Проблему разработки классификации услуг (см. таблицу), на наш взгляд, нельзя признать полностью решенной, что обусловлено развитием служебных видов деятельности, их усложнением, появлением новых и исчезновением “устаревших” услуг. Несмотря на уже имеющуюся в настоящее время достаточно основательную разработку фундамента классификации услуг, этот процесс нельзя считать полностью завершенным.

Имеющаяся терминология услуг находится в стадии формирования и стандартизации.

рипроизводственные, дистрибуторские, коммунальные, консультационные, управленческие, нематериальные, нерыночные, потребительские, расчетные, рекреационные, социальные, страховые, технические, транспорта, трансфертные, трастовые, финансовые⁷.

Кроме того, существуют подходы, в которых услуги классифицируются: по удельному весу физического и сервисного компонентов в их составе, типам продавцов и покупателей, мотивам и практике совершенствования покупок и степени их регулирования (Дж. Ратмелл); по соотношению физических (осязаемых и неосязаемых) товаров и услуг в составе продуктовых предложений, или продуктовых пакетов (Г. Шостак, У. Сассер, Р. Олсен, Д. Викофф); по степени воздействия на людей или на физические предметы, по эффекту, вызываемому оказанием услуг (Т. Хилл); по степени требуемого контакта сервисной организации с клиентами (Р. Чейз); по степени использования техники при оказании услуги (Д. Томас); по содержанию сервисного компонента в продуктовом предложении, степени “персональности” услуги, целям оказания услуг, характеру соб-

Подходы к классификации услуг

Классификационный признак	Виды услуг	Автор
Масштаб потребления	Общественные, частные	Ф. Бастиа
Наличие связи с физическими товарами	Связанные с физическими товарами, которыми клиент владеет и которые использует, но не на правах собственности; связанные с физическими товарами, являющимися собственностью клиента; не связанные с физическими товарами	Р. Джадд
Материальность создаваемого продукта	Материальные, нематериальные	А.В. Коротков
Содержание удовлетворяемых потребностей	Бытовые, жилищно-коммунальные, транспортные, связи, учреждений физкультуры и спорта, санаторно-курортных и оздоровительных учреждений, учреждений здравоохранения и социального обеспечения, детских учреждений, правового характера, учреждений государственного страхования и сберегательных касс	Ю.А. Велик, Е.Ф. Борисов, Г.А. Кипперман
Отраслевая структура	Транспорт, связь, оптовая и розничная торговля, кредитно-финансовая сфера, страхование, операции с недвижимостью, услуги по производству и обращению, бытовые, ремонт и обслуживание автотранспорта, культурно-рекреационная деятельность, социальные	Е.Е. Румянцева
Природа и характер оплаты стоимости	Коммерческие, рыночные, нерыночные, платные, бесплатные	А.Г. Грязнова
Видовая структура	Аудиторские, банковские, рекламные, маркетинговые, консультационные, образовательные, посреднические, торговые, дистрибьюторские, информационные, коммунальные, бытовые, экономические	А.Г. Грязнова

ственности (Ф. Котлер); источнику услуги (люди или машины), обязательности присутствия клиента в момент ее оказания, мотивам приобретения услуги (для личных или деловых нужд), мотивам поставщика услуг - коммерческая или некоммерческая деятельность (В.П. Хлусов) и т.д.

Экономическая природа услуг имеет специфическое происхождение. В частности проф. Л.А. Сосунова считает, что "инфраструктурная деятельность и обслуживание суть понятия идентичные. Иными словами, услуги обладают инфраструктурной природой"⁸. По мнению Л.А. Сосуновой, все многообразие услуг необходимо исследовать с позиций инфраструктурного подхода. Такая позиция обоснована:

- ♦ сущностью инфраструктуры как обеспечивающей подсистемы в различных макро- и микроэкономических (хозяйственных) системах;
- ♦ возрастающей ролью инфраструктуры в экономике как фундамента (основания) формирования хозяйственных систем;
- ♦ развитием самостоятельной инфраструктурной деятельности (формирование и разви-

тие инфраструктурных отраслей народного хозяйства и профессионального персонала);

- ♦ преобладанием инфраструктурных локальных (целевых) рынков в составе интегрированного рынка;
- ♦ сближением сущности и содержания (состава) услуг (обслуживания) и инфраструктуры⁹.

Услуги могут классифицироваться по функциональному подходу. При этом определяющей является направленность услуг, чьи потребности они будут удовлетворять - производства или человека как потребителя. Со временем функциональный подход был расширен. В 70-х гг. XX в. в рамках предложенного Дж. Зингельманном подхода к структурированию общественного производства данным авторам, наряду с производственными и потребительскими услугами, были выделены также социальные и распределительные услуги. К приведенной классификации Дж. Зингельманна близка иногда встречающаяся в литературе градация услуг по следующей направленности функционального воздействия:

- ♦ услуги, ориентированные на производ-

- ◆ услуги, ориентированные на общество;
- ◆ услуги, ориентированные на домашнее хозяйство;
- ◆ услуги личного характера.

Приведенный анализ показал, что выбор классификационных признаков услуг и их иерархическое соподчинение чаще всего обусловлены практическими целями и конкретными задачами, которые ставят перед собой исследователи, что и предопределяет приоритетность признаков классификации и ее характер.

¹ Кона В.Л. Услуги и их социально-экономическая роль. М., 2008.

² Там же.

³ Рябова Е.В. Стратегические изменения в сфере услуг и объективная необходимость их развития // Вестн. Волж. ун-та им. В.Н. Татищева. Серия "Экономика". Вып. 1 (25). Тольятти, 2012. С. 39-42.

⁴ Цит. по: Кона В.Л. Указ.соч.

⁵ Сосунова Л.А., Карпова Н.П. Стратегическое управление на рынке логистических услуг // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2011. □ 3 (77). С. 76.

⁶ Цит. по: Рябова Е.В. Указ. соч.

⁷ Кона В.Л. Указ. соч.

⁸ Сосунова Л.А., Казачун Н.У., Хаирова С.М. Сервисная деятельность на интегрированном рынке : учеб. пособие. Самара, 2006.

⁹ Там же.

Поступила в редакцию 15.10.2012 г.