

СУЩНОСТЬ И ПРИЗНАКИ КЛАССИФИКАЦИИ УСЛУГ

© 2013 В.И. Фомин*

Ключевые слова: услуги, классификация услуг, специфика услуг, статистический анализ, зарубежные подходы, упорядочение услуг.

Проанализированы основные понятия и подходы к классификации услуг. Приведены классические примеры. Описан зарубежный подход, выделены основные проблемы.

Инфраструктурная концепция, равно как и интерпретация услуг как экономического товара на интегрированном рынке, предопределяет огромное (теоретически бесконечное) множество услуг в экономике, в сфере их коммерческого оборота. В данной связи возникает проблема упорядочения множества услуг, что достигается с помощью классификации. Кроме того, классификация позволяет более глубоко постичь сущность изучаемых процессов и явлений, выделить существенные черты каждого вида услуг, установить специфику коммерциализации услуг и методов реализации услуг.

Любая классификация предусматривает разбиение множества - генеральной совокупности объектов - на подмножества по определенным признакам. Выявление признаков классификации основывается на качественных, сущностных характеристиках генеральной совокупности объектов. Следует отметить, что простой перечень объектов (линейный - одномерный или двумерный) также является системой классификации, так как упорядочивает классифицируемое множество. В результате классификации формируется концептуальная система. Изложенные положения служат основой для упорядочения множества услуг - для их классификации.

Следует сразу же оговориться, что в силу эмерджентности услуг их исчерпывающая классификация в принципе невозможна. Эта аксиома нашла свое выражение на практике в предлагаемых системах классификации услуг, принимаются два подхода:

- 1) порядковая система, т.е. перечисление услуг;
- 2) ограничение услуг как объектов классификации конечным счетным множеством.

Классификация услуг способствует пониманию изучаемого явления, позволяет выделить отличительные черты каждого вида услуг, определить специфику методов управления.

Исторически каждый вид услуг рассматривался отдельно, как особая сфера деятельности с присущими ей особенностями. А вся сфера услуг представлялась как совокупность этих многих видов деятельности и фактически сводилась к их перечислению. В мировой практике наиболее полный перечень услуг включает: транспорт, туризм, страхование, банковские и другие финансовые операции, строительство и инжиниринг, связь, операции с недвижимостью, лизинг, услуги по найму рабочей силы, прокат фильмов и телепрограмм, рекламу, бухгалтерское дело, образование, консультирование по вопросам управления, юридические, технические и другие профессиональные услуги.

В связи с быстрым развитием сферы услуг в настоящее время простое перечисление отраслей услуг показывает их разнообразие.

В мире наблюдается тенденция к выделению определенных классов услуг, которые отличаются друг от друга, а внутри этих классов имеются схожие проблемы и возможности, технологии выполнения, взаимоотношения с клиентурой.

Официальным выражением порядковой классификации является "Общероссийский классификатор услуг населению", где услуги даются перечнем с соответствующей системой кодирования. Такая система имеет определенные недостатки, главным из которых является включение в одни и те же классификационные группировки разнородных услуг. Например:

* Фомин Владимир Ильич, доктор экономических наук, доцент Самарского государственного экономического университета. E-mail: fomin-v-i@ya.ru.

◆ Код 018000 “Услуги фотоателье и фото- и кинолаборатории, транспортно-экспедиторские услуги” (транспортно-экспедиторские услуги - совершенно иная сфера услуг);

◆ Код 080000 “Медицинские услуги, санаторно-оздоровительные услуги, ветеринарные услуги” (ветеринарные услуги явно иностранные в данной группе);

◆ Код 807000 “Услуги в научной области, услуги, оказываемые лабораториями микрофотокопирования и реставрации документов” (реставрация - самостоятельный вид услуг);

◆ Код 103000 “Услуги банков по размещению лотереи, услуги банков по операциям со свободно конвертируемой валютой, прочие услуги банков” (операции с валютой - самостоятельное направление в деятельности банков).

Подобные примеры можно продолжать (именно по рассматриваемой причине в ОКУН используются такие группировки, как “прочие услуги”, “... и другие услуги”). Кроме того, некоторые группы и подгруппы перегружены, в то время как другие не загружены и имеют большие, излишние резервы информационных емкостей.

Несомненный интерес представляет собой классификация услуг по признаку осязаемости: “услуги осязаемые” и “услуги неосязаемые”.

Услуги классифицируются:

◆ по степени контакта с потребителем: услуга, при которой присутствие клиента необходимо - образование, здравоохранение, и услуга, предоставляемая без потребителя - чистка ковров, ремонт автомобиля;

◆ по сегментам потребителей: деловые услуги - аудит и личные услуги - образование, путешествия, развлечения;

◆ по степени регулирования законодательными и нормативными актами: различают национальный, двухсторонний и многосторонний уровни регулирования сферы услуг;

◆ по материальным и энергозатратам: материалоемкие и энергоемкие услуги - транспортно-складские услуги, большинство видов спорта и туризма, услуги с малой энергией - информационные, управленческие услуги, услуги в сфере культуры, искусства.

Возможна классификация услуг также по другим признакам:

а) по величине капитальных затрат;

б) по степени квалификации исполнителей;

в) по сложности технологических процессов;

г) по социальному статусу клиентуры (физических и юридических лиц).

В международной практике используется и классификация, именуемая “типизация услуг” (см. таблицу).

Типизация услуг

№ п/п	Типы услуг	Сфера применения
1	Производственные услуги	Инжиниринг, лизинг, обслуживание (ремонт) оборудования и др.
2	Распределительные услуги	Торговля, транспорт, связь
3	Профессиональные услуги	Банки, страховые компании, финансовые, консультационные и др. фирмы
4	Потребительские (массовые) услуги	Услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпровождением
5	Общественные услуги	Телевидение, радио, образование, культура

мые”. Данная классификация позволяет выделить следующие основные классы услуг:

1) осязаемые действия, направленные на тело человека (здравоохранение, рестораны и кафе);

2) осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты (ремонт и содержание оборудования, охрана, прачечные, химчистки);

3) неосязаемые действия, направленные на сознание человека (образование, радио, телевизионное вещание, театры, музеи);

4) неосязаемые действия с неосязаемыми активами (банки, страхование).

Представленная типизация услуг есть не что иное, как классификация по признаку места услуг в обществе.

Широко используется деление услуг на материальные и нематериальные. В этой классификации под материальными услугами понимаются услуги, для выполнения которых необходимы материальные ресурсы: сырье, основные и вспомогательные материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия (запчасти).

К нематериальным услугам, соответственно, относят услуги, для выполнения которых, на первый взгляд, не требуется материаль-

ных ресурсов. Но это только на первый, поверхностный взгляд, ибо любая полезная деятельность для своего осуществления требует материальных ресурсов.

В частности, так называемые посреднические услуги, например, в реализации или покупке товаров, есть, по существу, информационные услуги (получение информации о покупателях или продавцах, ведение с ними переговоров, помощь в заключении сделок и т.д.), и для их осуществления необходимы материальные ресурсы в виде офиса, средств связи и обработки информации, расходные – так называемые офисные – материалы. С научной точки зрения, любая информация может существовать и, соответственно, передаваться и обрабатываться только на материальном носителе. Поэтому деление услуг на материальные и нематериальные носит условный характер.

В мире наблюдается тенденция диверсификации услуг. Многие ранее обособленные услуги начинают объединяться в рамках одной компании. Предлагая целый комплекс услуг, компания может повысить свою конкурентоспособность, ослабить возможные риски за счет их диверсификации. Так, банковские, биржевые и посреднические услуги сливаются в единый комплекс финансовых услуг. Подобным образом может быть сформирован комплекс организации услуг.

Естественно, что многие аспекты и положения услуг рассматриваемого периода к настоящему времени утратили свою актуальность, однако несут полезную информацию для разработки современной концепции услуг. Упорядочение множества услуг, их типологии может быть выполнено с помощью 21 признака классификации – это достаточно обширный перечень, но не исчерпывающий (в силу теоретической бесконечности $N \rightarrow \infty$ и $n \rightarrow \infty$). Среди перечисленных признаков – большинство являются объективными. Однако, вследствие того что в услугах присутствует элемент субъективности, некоторые признаки также носят субъективный или относительный характер (например, по степени капитальных вложений, по уровню материальных затрат, по степени осязаемости и др.). Последнее обстоятельство следует считать достоинством для классификации услуг, поскольку оно позволяет устанавли-

вать такие признаки, которые целесообразны для данной конкретной деятельности, что придает системе классификации услуг гибкий и адаптивный характер.

Другое свойство классификации обусловлено эмерджентностью системы услуг. Это свойство выражается в пересечении некоторых классификационных группировок, т.е. одни и те же услуги могут быть отнесены к различным группам. Так, например, производственные услуги отнесены в несколько групп по признакам: по используемым предметам труда, по месту в инфраструктуре, по месту в обществе.

Из этого же свойства следует и расплывчатость границ между классификационными группами.

Теория и практика однозначно указывают возможность только порядковой классификации услуг. Именно эта система классификации была принята для разработки “Общероссийского классификатора услуг населению” (ОКУН). Из изложенного следует, что и для классификации услуг оптового рынка также должна быть принята порядковая система по схеме “группа – подгруппа – вид – услуга”.

Система классификации услуг оптового рынка (СКОУТ) учитывает опыт розничной и оптовой торговли, требования товародвижения средств производства, специфику функционирования оптово-торговых предприятий, потребности производства и, в конечном счете, взаимную коммерческую выгоду производителей и потребителей услуг.

1. *Бабанов В.* В соответствии с масштабами производства // Материально-техническое снабжение. 1984. □ 3. С. 60.

2. Постановление Госснаба СССР от 31.12.1982 □ 113 “Перечень услуг по подготовке продукции к производственному потреблению и других видов услуг, оказываемых потребителям продукции организациями системы Госснаба СССР”.

3. *Сосунова Л.А.* Систематизация рисков в логистических процессах строительства // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2012. □ 2 (78). С. 112-114.

4. *Чернова Д.В., Крайнева Р.К.* Модернизация системы управления образовательными услугами в вузе на основе дистанционных технологий: монография. М., 2010.

Поступила в редакцию 07.02.2013 г.