

ПОНЯТИЕ «УСЛУГА» В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

В статье изучаются характерные признаки услуги в качестве понятия, используемого экономической теорией. Обосновывается необходимость перехода к выработке дефиниции позитивного содержания, полноценно раскрывающей богатое внутреннее содержание экономической категории «услуга».

Ключевые слова: экономическая категория «услуга», дефиниция позитивного содержания, реалии современной хозяйственной жизни.

Обращение к публикациям, посвященным развитию сектора услуг, показывает отсутствие в них единой общепринятой трактовки понятия «услуга» [1-6]. Даже в толковых экономических словарях приводятся определения, довольно далекие друг от друга по своему содержанию: «блага, представленные не в форме вещей, а в форме деятельности» [7. С. 368]; «содействие удовлетворению индивидуальных и коллективных потребностей без передачи права собственности на какое-либо имущество» [8. С. 522]; «неспособные к длительному хранению нематериальные блага» [9. С. 299]. Обладая самым общим либо достаточно противоречивым представлением о внутреннем содержании экономического явления на категориальном уровне, вряд ли следует ожидать полной, точной и единообразной его трактовки от тех, кто по долгу службы обязан давать его количественное описание. В частности, органами государственной статистики многих стран применяются весьма упрощенные определения, подобные следующему: «Услуга — деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других лиц на основе договорных отношений между производителем и потребителем услуг» [10. С. 12]. Идущая в научной литературе на протяжении десятков лет дискуссия о том, что понимать под услугами, пока в большей мере приводит к разработке некой отрицательной дефиниции, определяемой посредством отделения услуг от вещественных благ (товаров), нежели к созданию дефиниции позитивного содержания, раскрывающей глубинную сущность экономической категории «услуга». Подразделяя по степени сложности выработки теоретической базы, используемой при определении рассматриваемой дефиниции применительно к отдельно взятому продукту, можно назвать следующие подходы:

- определение посредством составления перечня примеров услуг;
- определение через отделение других благ их вычитанием из общей совокупности благ;
- определение путем нахождения признаков, принимаемых за определяющие.

* © Перепелкин В.А., 2009

Перепелкин Вячеслав Александрович — кафедра экономики Самарского государственного университета

Внешне самым простым и доступным выглядит обращение к понятию услуги посредством составления перечня примеров. В этом случае услуги рассматриваются чисто описательно и, при возможности, объединяются до определенной степени в логически близкие группы, обычно формируемые в зависимости от целей проводимого исследования (например, банковские и страховые услуги). Данный подход нашел широкое применение при проведении эмпирических исследований сектора услуг и ведении статистического учета. Представляющееся удобным и достаточным для целей чисто эмпирического анализа и официальной статистики, определение услуги посредством перечисления малопригодно для достижения целей теоретико-методологического исследования услуги в качестве специфического блага, обладающего присущими только ему характерными чертами. В значительной мере основанное на интуитивном представлении о том, что следует относить к области услуг, перечисление не имеет ясных объективных критериев, позволяющих просто отделить услуги от иных благ. Непродуктивность замены научно обоснованной логики рассуждений интуитивными возникающими предположениями становится особенно очевидной в условиях проводимой современным бизнесом стратегии диверсификации при предоставлении услуг. Так, традиционно предлагавшиеся банками услуги по управлению имуществом сегодня часто предоставляются страховыми компаниями. Исходя из ее содержания, в услуге ничего не изменилось, чего не скажешь об учетно-статистической стороне процесса освоения данной услуги прежде чуждым ей видом бизнеса. К тому же с течением времени хозяйственная деятельность приносит все новые и новые блага, отсутствующие в действующей схеме учета. Многие из новых благ одновременно включают материальные и нематериальные компоненты, чем дополнительно усиливают необходимость регулярной переработки применяемой системы подразделения благ. Данная работа трудоемка и относительно сложна в выполнении, в том числе оттого, что сопряжена с опасностью возникновения несопоставимости учетных данных, полученных в разные периоды времени. Это уменьшает привлекательность определения услуги посредством составления перечня примеров, заставляя обратиться к другим подходам к подразделению экономических благ.

Определение услуги через ее отделение от остальных экономических благ их вычитанием из общей совокупности экономических благ находит применение там, где отсутствует возможность однозначно идентифицировать хозяйственную деятельность как продуцирующую материальные блага. Рассматриваемые в качестве нематериального дополнения к материальным благам, услуги фактически принимают вид остатка, получаемого путем вычитания из общей совокупности тех благ, за которыми была признана их материальная принадлежность, мало того, что негативно-остаточный способ определения услуги заведомо принижает ее значение как экономического блага. Помимо этого негативное определение через вычитание не содержит ни объяснения, чем характеризуется услуга, ни указания на то, чем она не является, когда хотя бы приводятся специфические признаки и примеры чуждого ей. Особенно глубокого изучения требует сам признак нематериальности услуг, трактуемый во многих публикациях весьма поверхностно, когда, например, материальность выполнения работ ставится в зависимость от использования ма-

териальной субстанции в виде сырья [5. S. 49]. По всей видимости, правильнее было бы писать о невещественности приносящих пользу действий, т.е. услуг, что, впрочем, также требует отдельного обоснования. В случае шаткости понятийной основы одного лишь противопоставления нематериальности услуг материальности товаров явно мало для полноценного определения услуг на категориальном уровне. Впрочем, такая задача при применении описываемого подхода и не ставится. Осуществляя выделение через вычитание из общей совокупности предоставляемых хозяйственной деятельностью экономических благ, официальная статистика поступает вполне прагматично, используя его как способ избавиться от затруднений, возникающих при проведении расчетов в целом по экономике. В частности, указанный способ применяется по отношению к нематериальным благам, которые не могут быть отнесены к таковым перечислением, а сочетание дополняющих друг друга определений услуг посредством обращения к перечню и через отделение вычитанием других благ позволяет избежать таких затруднительных ситуаций. Однако это наряду с возникновением опасности отнесения к услугам нематериальных благ, услугами не являющихся (например, выполнения работ собственными силами потребителя), не решает проблемы выделения услуг из более широкого агрегата «работа».

Если в самом общем понимании работа представляет собой состояние нахождения в действии [11. С. 870], то в экономической науке работу принято определять в качестве производственной деятельности, рассматриваемой с точки зрения процесса ее осуществления и с точки зрения полученных результатов. В рамках системы экономических благ выполнение работы первоначально связывалось с производством исключительно материально-вещественных благ. По мере эволюции содержания хозяйственной деятельности и вместе с ней взглядов ученых производственной начала признаваться деятельность по изготовлению не только вещественных, но и всех удовлетворяющих потребности людей экономических благ. Автономность услуг как составной части совокупного спектра выполняемых работ достигалась через обращение к свойству нематериальности [5. S. 48-49; 3. S. 32]. Современное понимание работы основывается одновременно на двух представлениях о ней: как о достигнутом результате и как об осуществляемом процессе. Несмотря на кажущуюся диаметрально противоположность, приведенные представления являются дополняющими друг друга, поскольку одно из них отражает преимущественно производственную сторону выполнения работы, а другое – сторону потребления полученных результатов. К тому же по отдельности понимание выполнения работ, исходящее только из результата либо только из процесса, не в состоянии достаточно четко обеспечивать разделение на понятийном уровне вещественных работ и услуг.

Обеспечить получение объективных и достоверных результатов в состоянии только такой подход к исследованию, применение которого позволит, выделяя особенные черты изучаемого экономического явления, в то же время в достаточной мере полно раскрыть все богатство его внутреннего содержания. Определение понятия «услуга» посредством выделения неотъемлемых, внутренне присущих ей признаков в наибольшей степени среди трех рассматриваемых подходов отвечает строгим требованиям, предъявляемым к категориальному

аппарату и методологии проведения научного исследования. Услуга здесь характеризуется не ее отделением от других благ, а описанием именно ей присущих специфических свойств, т.е. имеет место положительное определение понятия, чего нет при двух других подходах.

Обращение к литературе показывает отсутствие в ней единого взгляда на услугу как понятие экономической науки. В качестве рабочего понятия услугу принято трактовать как нематериальное благо, нуждающееся в интеграции с внешним производственным фактором и в непосредственном контакте между производителем и потребителем услуги. Узкое, с привлечением большого количества отличительных признаков, толкование понятия «услуга» подвергается постоянному размыванию вследствие предоставляемых практикой многочисленных фактов, опровергающих, в частности, распространенное мнение о синхронности контакта производителя и потребителя как неотъемлемом свойстве услуги. То, что действительно для услуг, предоставляемых на основе использования немобильных материальных факторов производства, не важно, относящихся к производителю (отели, рестораны, больницы) или к потребителю услуги (техническое обслуживание, охрана, клининг), не наблюдается по услугам, оказываемым с использованием мобильных вещественных благ (например, мобильная связь посредством применения сотовых телефонов).

Пространственная мобильность производственных факторов делает контакт между производителем и потребителем услуги опосредованным, не привязанным к определенному месту, а значит, уже нет полной синхронности производства и потребления услуг в пространстве. В этом, кстати, проявляется сходство между услугами такого рода и вещественными благами, поскольку производство товаров в принципе отделено и в пространстве, и во времени от их потребления. Подобное отделение производства услуг от их потребления порой внешне выглядит как некая «материализация» услуг, когда информационные услуги представляют себя на материальной субстанции носителя (лазерном диске, дискете или магнитной ленте). Возникающая у таких услуг благодаря связи с вещественными информационными средствами способность к хранению снимает применительно к ним условие необходимости пространственного и временного синхронного контакта между производителем и потребителем услуг. Хранящиеся на легко перемещаемых средствах информации услуги, подобно вещественным благам, могут предоставляться без физического присутствия потребителя на месте производства, или, наоборот, производителя на месте потребления, что существенно повышает пространственную и временную гибкость производства услуг. При использовании материальных носителей информации результат услуги обнаруживает себя через первоначальное потребление (например, прослушивание записанной на компакт-диске музыки), затем продолжает оказывать последующее воздействие на пользователя услуги (в приведенном примере посредством создания хорошего самочувствия у слушателя музыки). Кроме того, подобно многим товарам, такие услуги могут многократно повторно потребляться.

Наряду с синхронностью производства и потребления, отсутствие способности к хранению в современных условиях уже никак не отнесешь к непременным свойствам любой услуги, во всяком случае, при использовании всех

трех уровней понятия «услуга». При ориентированном на процесс определении услуги необходимой предпосылкой действий по предоставлению услуги является синхронный контакт производителя с выступающим в виде внешнего фактора потребителем. Польза от услуги для получающего ее возникает в ходе контакта с производителем, а с выходом потребителя из процесса производства услуга как полезное действие пропадает, не сохраняется. Следовательно, в рамках ориентированного на процесс способа рассмотрения услуги создание ее запаса в принципе невозможно. Для производителя услуги это означает отсутствие возможности смягчать негативные колебания конъюнктуры на рынках факторов производства и сбыта за счет снабжения из запасов либо работы на склад, что при необходимости он бы мог сделать, изготавливая вещественные блага. Впрочем, возможно существование двух ступеней комбинации факторов производства при производстве услуг, а именно предварительной комбинации, заключающейся в создании готовности к действиям, и заключительной комбинации, состоящей в выполнении работ. Необходимость систематического создания и поддержания готовности к действиям является специфическим для услуг способом соединения факторов производства, имеющим к тому же определяющее значение для успешности сбыта. Данная комбинация осуществляется внутри предприятия-производителя и не предполагает участия потребителя. Окончательная комбинация услуг является процессом, в ходе которого созданная производителем готовность к действиям соединяется с внешним фактором для предоставления последнему требуемой услуги. Характер ведения производства на данной ступени во многом определяется извне, а конкретнее – влиянием взаимодействия с потребителем. Готовность к оказанию услуги в виде предварительных действий по формированию потенциала ведения деятельности по производству услуги отчасти связана с подготовкой внутрипроизводственных вещественных факторов. Это означает, что здесь присутствует возможность создания запаса, которой уже нет на стадии окончательной комбинации факторов производства.

В рамках ориентированного на результат понимания услуг проблема обладания услугами способностью к хранению рассматривается иначе. Возможность хранить услуги появляется при наличии связи между невещественными по своей природе действиями и материально-вещественными благами, с помощью которых эти действия сохраняются. Такое встречается в сфере услуг там, где продуктом производства является поставляемая в стандартном виде на анонимный рынок информация. Тут результаты производства сохраняются внутренними производственными факторами предприятий, в то время как сбыт услуг происходит в форме продажи вещественных благ (например, газет или лазерных дисков). Так, вначале план строительства типового здания хранится на бумажном или электронном носителе в разработавшей его архитектурно-строительной фирме, потом перемещаясь к потребителю услуги. Следовательно, некоторые услуги могут сохраняться как в сфере предложения, т.е. у производителя, так и спроса, т.е. у потребителя услуги, что противоречит представлению об отсутствии способности к хранению как всеобщем признаке услуги.

Возможности пространственного и временного отделения производства от потребления услуги различаются в зависимости от важности установления кон-

такта с клиентом для осуществления процесса оказания услуги. Чем интенсивнее должен быть контакт между производителем и потребителем (например, при консультировании), тем сильнее привязанность конечной комбинации факторов производства к месту нахождения потребителя. Наоборот, при ведении деятельности, отличающейся относительно слабым контактом с потребителем, как это бывает при изготовлении стандартных продуктов для анонимных, т.е. не известных заранее клиентов (например, запись музыки на CD), месторасположение которых играет незначительную роль, на передний план выходит характеристика предварительной комбинации факторов производства. В этом случае производство на запас и хранение услуг с использованием электронных носителей информации и средств коммуникации приобретает большое значение.

Фактор информации в процессе производства услуг выполняет двойную функцию. Во-первых, благодаря информации в комбинации внутренних факторов производства обеспечивается их надлежащее качество, что оказывает решающее влияние уже на качество получаемых результатов. Во-вторых, вовлечение в процесс производства услуги внешнего фактора или связанного с ним объекта услуги часто требует дополнительной информации, далеко выходящей за пределы нужной для остальных факторов производства. Предоставление услуг, отличающихся высокой насыщенностью информацией, не относящейся к продукту, обычно предполагает очень хорошее знание характерных особенностей внешнего фактора, в частности его свойств и потребностей. Высокая информационная насыщенность взаимодействия производителя и потребителя объясняется здесь опосредованным участием последнего в процессе производства услуги. Примерами таких услуг являются консультирование предприятий по вопросам менеджмента, индивидуальное консультирование по управлению имуществом. Процесс оказания таких услуг сильно индивидуализирован, а уровень стандартизации незначителен. Наоборот, там, где при предоставлении услуги велика доля информации, связанной с продуктом, прежде всего требуется информация для осуществления комбинации внутренних факторов. Имея невысокий уровень индивидуализации и будучи сравнительно сильно стандартизированными, эти услуги мало зависят от информации о внешнем факторе. В качестве примера такой услуги можно привести ремонт автомобиля или обслуживание клиентов у стойки бара. Информационный обмен в ходе синхронного контакта между предоставляющими и получающими такую услугу основан на данных, мало влияющих на качество результатов процесса оказания услуги. Скудность сопровождающей услугу дополнительной информации позволяет потребителю быть достаточно свободным в выборе между предлагающими аналогичную услугу предприятиями, этим порождая ценовую конкуренцию между ними.

Существенные изменения в признаках информационных и близких к ним услуг вызывает прогресс современных материальных носителей информации и электронных информационно-телекоммуникационных сетей, еще более размывающий и без того не везде четкие границы между вещественными благами и услугами. Последствия влияния данного процесса на важнейшие признаки услуг выглядят достаточно неоднозначно. Так, увеличение доли участия мате-

риально-вещественных составляющих в процессе производства услуг может создать впечатление некоей «материализации» услуг, их овеществления. На самом деле, общий признак нематериальности за услугами сохраняется, поскольку результат оказания услуги по-прежнему состоит в нематериальном воздействии на внешний (материальный) фактор. Широкое использование электронных носителей информации и компьютерных сетей в одних случаях приводит к более сильному вовлечению внешнего фактора в процесс производства услуги, в частности, посредством интенсификации сотрудничества между производителем и потребителем благодаря обмену информацией через электронную почту, в других случаях, наоборот, электронный обмен данными заменяет существовавший прежде личный контакт производителя и потребителя услуги, в силу чего внешний фактор становится менее активным. В целом же предоставление услуг с применением пространственно мобильных вещественных благ ослабляет связь процесса производства и потребления услуг с местом его осуществления.

Примерно то же происходит с признаком синхронности контакта производителя и потребителя услуг: например, пересылка дискет с записанной на них информацией по обычной почте или обмен сообщениями по электронной почте делают связь между производством и потреблением услуг гибкой во временном и в пространственном отношении. Признак неспособности к хранению означает, что услуга потребляется сразу после ее производства. Сохранение результатов производства услуг на материальных носителях информации позволяет и производителям, и потребителям услуг получать их в более поздний момент времени и в другом месте. Системы памяти компьютера, к тому же подключенного к электронной сети, позволяют осуществлять потребление получаемых при его использовании информационных услуг в любое удобное время. Современные материальные носители информации и информационно-телекоммуникационные технологии отчасти позволяют преодолевать ограничения по способности человека к запоминанию, длительность и дороговизну передачи информации посредством личных контактов. Надежное, в больших объемах сохранение, быстрое, интенсивное и к тому же многократное использование информации стало важным фактором ускорения производства услуг, приводящим к превращению последнего в высокопроизводительную и весьма перспективную сферу хозяйственной деятельности.

Уменьшение зависимости свойств услуги от личных качеств производителя выражается и в появлении большей уверенности у покупателя в качестве услуги еще до момента ее потребления. Следствием нематериальности услуги долгое время являлось отсутствие у потребителя возможности объективно оценить, насколько полно исполнятся ожидания от поступившей в его распоряжение услуги. В отличие от вещественных благ, где покупатель обычно в состоянии, проведя экспертизу образцов, заранее оценить качество товара, в отношении качества услуги как некоего полезного для покупателя действия, степень соответствия процесса производства и предоставления услуги предпочтениям покупателя становилась известна ему лишь в момент потребления. Доступны были только внешние признаки присутствия требуемой квалификации у производителя, например, репутация, персональная манера поведения, цена, но не сам процесс оказания услуги и его результат. Орга-

низационно данная проблема отчасти решается посредством внедрения стандартов качества оказания услуги, дающих предварительную информацию о минимально допустимом качестве услуги. Сохраняя же на материальных носителях информации образец услуги, можно снижать неуверенность в качестве услуги до уровня, сопоставимого с уровнем по вещественным благам. Аналогичный эффект достигается, если в ходе процесса оказания услуги производитель и потребитель поддерживают постоянный активный контакт через электронную почту, как это бывает, например, при оказании консультационных услуг. Впрочем, применение электронных средств передачи информации таит в себе опасность неравноценной замены личных контактов между производителем и потребителем на исключительно пассивное наблюдение потребителем в электронной сети за информацией, поступающей от производителя.

Изучение характерных признаков услуги в целях выработки определения ее внутреннего содержания как категории экономической науки связано с решением многих проблем, среди которых особо следует выделить многоуровневость понятия «услуга», неразрывную связь его содержания с реалиями современной хозяйственной жизни, слабую теоретическую проработку в научных публикациях. Негативное, через противопоставление товарам определение услуги хотя и не в состоянии дать ее полноценную трактовку на понятийном уровне, но самим фактом своего существования и достаточно широкого распространения свидетельствует о неразрывном существовании признаков вещественных благ и услуг, вместе рассматриваемых в качестве общей совокупности экономических благ. Существующая исключительно в воображении ученых «чистая» услуга имеет высокий уровень нематериальности, вовлечения внешнего фактора, значения информации для ведения производства, а также низкий уровень способности к хранению и уверенности в качестве, выступая согласно приведенным признакам почти полным антиподом так называемому «чистому» вещественному благу. Анализ показывает, что в реальности такое противопоставление не может проводиться повсеместно, более того, наблюдается процесс конвергенции признаков, когда сопровождаемый материальными компонентами ряд услуг начинает все более быть похож на вещественные блага, и, наоборот, изготавливаемые с включением сопутствующих услуг товары начинают терять свои как бы родовые признаки. Подход к определению услуги, основанный исключительно на ее противопоставлении вещественным благам, все заметнее утрачивает связь с действительностью, на первый план выходит задача выработки дефиниции позитивного содержания, полноценно раскрывающей содержание услуги как экономической категории.

Библиографический список

1. Корягина, Т.И. Платные услуги в СССР / Т.И. Корягина. — М.: Экономика, 1990. — 160 с.
2. Леонтьев, Б.Б. Цена интеллекта / Б.Б. Леонтьев. — М.: Изд. центр «Акционер», 2002. — 128 с.
3. Haase, M. Dienstleistungskonometrie: Theorie der Dienstleistungskonometrie ohne Dienstleistung? / M. Haase // Dienstleistungskonometrie / H. Corsten [u.a.]; H. Corsten, R. Gussinger (Hrsg.) — Berlin: Duncker & Humblot, 2005.

4. Holzherr, A. Dienstleistungsqualität – Relevanz unterschiedlicher Teilleistungen im Dienstleistungsprozess: Eine Messung der Qualitätswahrnehmung mit einem teilleistungsbezogenen Ansatz / A. Holzherr. – Berlin: Verlag im Internet GmbH, 2006. – 236 s.
5. Nedev, C. Tertiarisierung im Wandel? Vor der Distributionunterstützung zum ganzheitlichen Servicemanagement / C. Nedev // Betriebliche Tertiarisierung / H. Luczak [u.a.]; H. Luczak (Hrsg.) – Wiesbaden: Deutscher Universitäts – Verlag, 2004.
6. Stahlecker, T. Die Internationalisierung von Dienstleistungen / T. Stahlecker, M. Kulicke, B. Jung. – Stuttgart: Fraunhofer IRB Verlag, 2006. – 212 s.
7. Лопатников, Л.И. Экономико-математический словарь / Л.И. Лопатников. – М.: Наука, 1993. – 448 с.
8. Бернар, И. Толковый экономический словарь: в 2 т. Т. 2 / И. Бернар, Ж.-К. Колли. – М.: Международные отношения, 1994. – 720 с.
9. Woll, A. Wirtschaftslexikon / A. Woll [u.a.]; A. Woll (Hrsg.) – München; Wien: Oldenbourg, 1994. – 770 s.
10. Внешняя торговля Республики Беларусь: стат. сборник / Министерство статистики и анализа РБ. – Минск, 2005. – 97 с.
11. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Азъ Ltd., 1992. – 960 с.

V.A. Perepelkin

THE DEFINITION OF THE TERM «SERVICE» IN THE ECONOMIC THEORY

This article is dedicated to the research of several traits of «service» as a notion used by economical theory. Also here is being proved the need of the development of the definition of the positive content, which could completely explain the rich inner content of economical category of «service».

Key words: economical theory of «service», the definition of the positive content, the realities of the contemporary household life.