

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ГИПОТЕЗ О ПРИРОДЕ УСЛУГИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Н.Л. Кусик, А.В. Ковалевская

В статье рассматривается феномен «услуг»: их общие закономерности развития и специфические различия. Анализируется полемика по поводу основных гипотез, касающихся сути и природы услуги с точки зрения социологов и экономистов. Все описания и оценки степени сближения производителя услуг и их потребителя укрупнено сгруппированы.

Введение (постановка проблемы в общем виде и её связь с последними исследованиями и публикациями, а так же с важными научными или практическими заданиями).

В ходе становления рыночной экономики резко возрастает актуальность проблематики сферы услуг как системообразующего сектора национального хозяйства. В настоящее время в развитых странах в нем сосредоточено 70 - 80% ВВП и общей численности занятых, более 2/3 капиталовложений и основного капитала, а также крупные объемы разного рода нематериальных активов. Это обстоятельство определяет все более тесную зависимость динамики и других параметров развития стран, их позиций на глобальных рынках от полезной отдачи столь масштабных ресурсов. В то же время оценки тенденций динамики эффективности многих отраслей услуг остаются пока в зоне неопределенности, а эксперты заметно расходятся в выводах относительно темпов и даже вектора движения этого показателя.

Существенное возрастание роли сферы услуг в развитии социально – экономических систем обусловлено ее вступлением с конца 70-х годов в новую стадию на основе радикальных и многосторонних преобразований в условиях производства и хозяйственной среде. Среди изменений по значимости выделяется переход отраслей на новый технологический уклад, основу которого составляют информационно - коммуникационные технологии, нашедшие во многих отраслях особенно благоприятную почву, в полной мере соответствующая специфике производства многих видов «невещного продукта». Результатом явились всесторонняя модернизация сферы услуг, радикальное изменение ее традиционных характеристик. Многие отрасли опираются на технологически сложный и инновационный производственный аппарат и предлагают широкое разнообразие высококачественных товаров, работ и услуг. В сегменте услуг концентрируется рабочая сила высокого уровня образования и квалификации. Понятие "услуги" в массовом восприятии все более отождествляется с комплексом высокотехнологичных и интеллектуальных деловых и финансовых услуг, а также с отраслями науки и образования, культуры и искусства, а так же здравоохранения [1].

Значительно возросло воздействие сферы услуг на экономику в целом, в частности на эффективность использования ресурсов и более полное удовлетворение общественных потребностей. Достаточно полно и точно оценить вклад отраслей услуг крайне затруднительно, поскольку он часто реализуется косвенно - через разветвленную сферу конечного потребления и многоступенчатую систему межотраслевых связей. Тем не менее, его возрастание прослеживается в расширении позиций и качественном совершенствовании услуг, функции которых состоят в развитии человеческих

ресурсов и создании, диффузии и хозяйственном освоении научного знания [2].

В современных условиях сфера услуг образует ядро социально – экономической системы и во многом определяет ее основные макроэкономические параметры. Данная сфера функционально крайне разнородна и включает широчайший спектр отраслей - от транспорта, связи, торговли до финансовых, деловых и бытовых услуг, образования, науки, здравоохранения, культуры. Тем не менее, они объединяются как формой конечного продукта в виде услуги, так и рядом общих черт и закономерностей развития. Анализ основных гипотез о природе услуги в последние десятилетия позволяет более полно раскрыть ряд общих закономерностей и специфических особенностей развития социально – экономической системы в условиях перехода к рынку.

Постановка задачи (формулировка целей статьи и методов исследования проблемы).

Рассмотреть феномен существования «услуги»: их общие закономерности развития и специфические различия, используя методологию социально – экономического подхода и социологии.

Результаты (изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов).

Владимир Даль приводит такое народно - фольклорное суждение о природе услуги: «Услуга, что хлеб - соль: дело взаимное» [3]. В «Экономической энциклопедии» данное суждение переложено академически: «Полезный эффект услуги - это результат совместных усилий ее производителя и потребителя» [4]. Такой подход Института экономики РАН имеет право на существование. Однако, по нашему мнению, из этой характеристики услуги не сделаны надлежащие выводы, хотя она может считаться общепризнанной.

Как показывает изучение литературы об услугах, большее единодушие исследователи проявляют именно в признании атрибута услуги (по В. Далю - взаимности), чем в причислении ее к какому-либо роду явлений. Так, можно встретить отнесение услуг:

1. к деятельности вообще («Под услугами мы понимаем общественно-полезную деятельность...», - указывают В.И. Азар и И.А. Плетникова, далее приводя ограничивающие это предельно широкое определение характеристики [5]: услуга «...может быть определена как деятельность...» [6]);
2. к действиям, которые рассматриваются в социологии как единица деятельности («В самом общем плане услугой является действие, приносящее помощь, пользу другому...», - считает С.З. Джабраилов [7]);
3. к продуктам труда («Услуга... продукт труда особого рода...» [8]);
4. к благам («...услуги являются продуктами труда, тождественными по своей экономической природе материальным благам» [9]);
5. к товарам («...такой же товар, как и продукты питания, одежда и т.п.», - свидетельствуют применительно к жилищно-коммунальным услугам три автора, но и контекст их рассуждений, и общие взгляды «услуговедов» позволяют распространить их определение на услуги вообще [10]; экономически отождествляет услуги с товарами М.В. Кротов: «...различия между вещами (для него это синоним товаров) и услугами следует искать не в экономическом содержании, а в их физической форме...» [11]).

Приведенные определения и близкие к ним суждения могут быть сгруппированы. Н.Н. Иванов, отметив, что и сейчас отсутствует однозначное

толкование термина «услуга», считает возможным назвать три основные интерпретации: услуга - результат трудовой деятельности (в классификации это пункты с 3 по 5); непосредственно сама деятельность - (в классификации это пункты 1 и 2); и то и другое [6]. Автор этой группировки не иллюстрирует последнее толкование термина, но, по-видимому, роль такой иллюстрации может играть рассуждение Ф. Котлера: «Услуга - любое мероприятие или выгода, которую одна сторона может предоставить другой... Производство услуг может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде» [12]. Е.В. Песоцкая, утверждает, что «...в любом случае услуга полезна и как вещь, а как деятельность» [13].

Наиболее важным, на наш взгляд, является заключение, связывающее понятие «услуга» с категорией «деятельность» или с бытовым словосочетанием «дело взаимное». Рассматривая специально атрибут «взаимность», во избежание односторонности, необходимо учитывать существование противоположной позиции. Например, В.Г. Коляго, отметив, как и многие другие, дискуссионный характер вопроса о природе услуги, утверждает, что связывать услуги «с самим процессом труда как таковым» - это «коренная методологическая ошибка». «Услуга – экономическая категория, - пишет он, - поэтому ее критериальная характеристика находится в сфере экономических отношений по поводу деятельности, а не в самом процессе труда как таковом» [14]. В данном случае из определения не совсем ясно можно ли трактовать деятельность как отношения. Кроме того, если рассмотреть услугу в рамках одного из видов деятельности, а именно экономической деятельности, которая понимается как деятельность по поводу производства, распределения и потребления благ, то уязвимость данного определения очевидна. Неопределённость точки зрения подчеркивается и другим определением, данным этим же автором и не тождественным первому: «...услуга - это социально - экономическая форма конкретного действия, а не его результат, - в какой бы форме он ни выступал» [14]. Оба определения соперничают друг с другом, поэтому противоречивость суждений В.Г. Коляго – это лишь иллюстрация неподатливости определения термина «услуга». Дискуссионность, неопределенность и размытость этого термина проявляется и в том, что по-разному описывается процесс, который в отечественной литературе обычно именуют обслуживанием, а в зарубежной – сервисом [6]. Услуги производят, предоставляют, оказывают, отпускают, исполняют, поставляют. Крайне редко встречается выражение «продажа услуг», в то время как именно продажа (купля – продажа) – объективное наименование экономических отношений, или, другими словами, деятельности субъектов этих отношений при смене собственника товара.

Проблема «купли – продажи услуг» должна рассматриваться, и рассматривается экономической наукой, однако, вызываемые затруднения не могут быть, по нашему мнению, выяснены без социологии, вклад которой в исследование услуг пока недостаточен. Если принять вышеизложенную точку зрения, что услуга - однозначно экономическая категория, то ставится под сомнение гипотеза функционирования национального хозяйства как социально – экономической системы. Однако у этой гипотезы есть авторитетные защитники. Так, Талкот Парсонс занимает достаточно радикальную позицию в данном вопросе, то есть в отнесении услуги к какому-либо роду явлений. Американский социолог без оговорок выносит услуги за пределы экономики, или, употребляя его терминологию, «экономической подсистемы» общества, оставляя в этих пределах товары. Т. Парсонс включает услуги в общественную систему – «политику» [15], что оставляет возможность - в силу отмечаемых

многими трудностей в переводе его текстов - вместо словосочетания «общественная система» употреблять термины «государство» или «политическая подсистема». Однако на наш взгляд их употребление не достаточно оправданно. Если учесть представления Т. Парсонса о строении общества как системы, включающей экономическую, политическую, правовую и культуральную подсистемы, то в данном случае более подходит термин «политическая подсистема». Контекст же позволяет использовать понятие «общественная подсистема».

Т. Парсонс без колебаний утверждает, что «...услуги не являются «фактором» эффективности в том смысле, в каком фактором производства является труд» [15]. Его точка зрения, к сожалению, в дальнейших его трудах не развита в теорию, он не возвращается к ней в других работах ни для развития, ни для критического пересмотра. Однако и не замечать её в теоретических исследованиях нельзя. Тем более, что Т. Парсонс просто более определенно и безапелляционно сформулировал то, что оговорками, попутно высказывают другие исследователи, кто в большей, кто в меньшей степени, признавая помимо экономического, ещё и социальную природу услуги. Т. Парсонс устраняет такой «дуализм», что побуждает к более последовательному исследованию социальных аспектов понятия «услуга» и обслуживания (сервиса) как реальности.

Т. Парсонс рассматривал услугу в связи с понятием «действие». Таким образом, он развивал представления М. Вебера, который утверждал, что полезные действия предметов называют для краткости «благами», а человеческие полезные действия – «услугами» [16]. Румынский экономист А. Живан термин «услуга» тоже рассматривает в связи с действием, но не так, как американский социолог. Он утверждает, что первоначально в теории сервиса доминировал социальный подход и сервис толковался как система отношений и господства [17]. При этом А. Живан обращает внимание на этимологию слова *servus* (услуга) – раб, крепостной, слуга - не без основания полагая, что в терминологии отразилась реальность. Естественно, что на этом исторически давно преодолённом этапе, отношения обслуживания (сервиса), или предоставления - получения услуг, не являются экономическими отношениями уже потому, что ни раб, ни крепостной не являются субъектами таких отношений. Точка зрения А. Живана на соотношение действия и услуги следующая: «Даже если само производство выступает как независимо существующий само - достаточный механизм, оно является лишь продолжением отношений между людьми, ибо любой производственный процесс не является самоцелью, а имеет ту или иную, социально определенную задачу... Именно это является сутью экономической категории сервиса; рыночная экономика является лишь внешним выражением...» [17].

Кроме того, А. Живан даёт своеобразную трактовку феномена глобальной «сервизации». Если общепринятой является трактовка, что это интенсивный, превысивший в развитых странах уровень 50 - 60% ВВП рост доли третичного сектора, то А. Живан понимает данный процесс (не употребляя термин «сервизация», но, по существу, описывая именно его) не количественно, а качественно: «Сервисные услуги в широком смысле включают в себя и материальные блага (т.е. товары) и их производство, которое хотя и преобладает количественно, но концептуально является вспомогательным элементом... материальные блага — это составляющая часть сервисной услуги, исходящей от её исполнителя и идущей к её получателю» [17]. В конечном счете, А. Живан трактует услугу как единицу деятельности в экономической сфере: «...все действия человека - это услуги другим, это

обслуживание других людей; то, что большая часть действий человека позволяет рассредоточить во времени некоторую часть операций (как правило, это действия или операции, подготавливающие финальную услугу), привело к появлению «специализации», т.е. к увеличению количества выполняемых действий все более независимыми друг от друга участниками этой экономической деятельности» [17]. Так, автор вполне логично в обобщенно-теоретическом плане рассматривает понятие «услуга» и переходит от экономических аспектов этого понятия (блага, производство и т.п.) к социологическим (участники, действие).

Выводы (научная новизна, теоретическое и практическое значение исследования, перспективы дальнейших научных разработок в данном направлении).

Концепция А. Живана и Т. Парсонса сходятся в некоторых существенных частностях. Так, в социологическом и экономическом отношениях крайне близки ниже цитируемые тезисы Т. Парсонса: «Услуги для домохозяйства следует рассматривать как реальный случай недифференцированности ролей потребителя и производителя» [15] и А. Живана «...близость (пространственная) отношений обмена между производителем услуги и ее получателем. Сервис выявляет установление отношений партнерства с клиентом» [17]. В этой точке зрения взгляды двух исследователей, чьи концепции относительно услуг пока не вошли в научный оборот, совпадают. Тем не менее, как ни оригинальны исходные посылки или фундаментальные основания их концепций, но в данных тезисах они скорее тривиальны, чем оригинальны. Степень сближения производителя (изготовителя, поставщика, «предоставлятеля», оказывателя и т.п.) услуг и их потребителя (получателя) разные исследователи описывают и оценивают по-разному. Эти описания и оценки могут быть укрупнено сгруппированы так:

- Тесный и непосредственный (различиями определений пока можно пренебречь) акт производителя usługовых благ и их потребителя. При этом указание на внешний признак (тесность или непосредственность), как правило, сопровождается принципиальным дополнением: без посредников. Представление о тесности контактов производителя и потребителя в usługовой сфере так распространено, что, как отмечают некоторые специалисты, «забывается» о движении услуг: «субъект (производитель, продавец) - благо (услуга) - благо (деньги, товары, услуги) - субъект (потребитель, покупатель)» [18, 19].
- Степень сближения, которое можно описать понятиями «партнерство, соучастие, взаимность, совместность действий».
- Совпадение во времени и пространстве потребления и производства услуг, которое позволяет говорить о «симбиозной форме потребительского производства» [13]. В данном случае использование термина «симбиоз» свидетельствует о фиксации чрезвычайно высокой близости usługового производства и потребления, о близости ролей предоставляющего и потребляющего услуг, за которой следует тождество (в натуральном хозяйстве и в его современном рудименте – домашнем самообслуживании). И хотя термин «симбиоз» и биологический, но важно, что им характеризуется уже не просто близость, а «сожитительство», или единое (в единстве) функционирование двух (или более) сторон, субъектов, в котором выигрывают обе стороны.

Тезис о совместности (соучастии, партнерстве) предполагает вовлечение в исследование такого понятия как «совместный труд». «Совместный труд предполагает непосредственную кооперацию

индивидуумов», - указывал К. Маркс [20], и это положение позволяет рассматривать отношения сторон, складывающихся в служебной деятельности (служебных действиях), через призму понятия «кооперация» (а это понятие в равной мере и социологическое и экономическое). Такое рассмотрение вызывает множество дискуссионных вопросов. На практике, в процессе оказания - получения некоторых услуг, обслуживаемые могут быть пассивны, или их усилия могут быть минимальными. В подобных случаях не совсем корректно говорить о совместном труде и о партнёрстве с «служебником». В определении услуги, данном в «Экономической энциклопедии» [4], возможно, сознательно говорится о «совместных усилиях», а не о «совместном труде», намеренно избегается употребление строгого научного понятия.

Полемика по поводу формулировок сути и природы услуги - результат того, что в одних случаях исследователи этого понятия рассуждают как социологи, а в других как экономисты. Но этот факт лишь еще раз подчеркивает необходимость обратить внимание, как социологии, так и экономики к феномену «услуга».

ЛИТЕРАТУРА

1. Демидова Л. Сфера услуг США: факторы ускорения динамики //Мировая экономика и международные отношения. - 2005. - № 12. - С. 38 - 49.
2. Демидова Л. Сфера услуг: изменение динамики производительности //Мировая экономика и международные отношения. - 2006. - № 12. - С. 40 - 52.
3. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. Том 4. - М.: Русский язык, 1979 - 1982. - С. 231
4. Услуга // Экономическая энциклопедия / Под общ. ред. Л.И. Абалкина. - М.: Институт экономики РАН, 1999. - С. 877.
5. Азар В.И., Плетникова И.А. /Теоретические вопросы //Вопросы совершенствования ценообразования на услуги. Сборник научных трудов. - М.: Госкомцен, НИИЦен, 1976. - С. 5.
6. Иванов Н.Н. Сфера услуг как объект исследования и управления. Препринт. - СПб, 2000. - С. 4.
7. Джабраилов С.З. Понятие, виды, значение и правовое регулирование торговли услугами в РФ. - М.: ИНИОН РАН, 1998. - С. 2.
8. Меньшикова Г.А. Услуга как социально-экономический феномен // Вестник Санкт – Петербургского университета. Серия 6 "Экономика". Вып. 1(6). – СПб: Санкт – Петербургский университет, 1999. - С. 94.
9. Тыкоцкий Л.И. Производственный труд и услуги. Вопросы теории. - Вильнюс: Минтис, 1973. – С. 89.
10. Колесников И.В., Пузанов А.С., Сиваев С.В. Проблема задолженности населения по оплате жилищно-коммунальных услуг. - М.: Фонд "Институт экономики города", 1998. - С. 7.
11. Кротов М.В. Обязательство по оказанию услуг в советском гражданском праве. - Л., 1990. - С. 4.
12. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ.; 2-е европ. изд. – К.; М.; СПб.: Издательский дом „Вильямс“, 1998. – 412 с.
13. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. Учебное пособие. – СПб: Питер, 1997. - С. 62.
14. Коляго В.С. Услуга как экономическая категория. - М.: ИНИОН РАН, 1983. - С. 20.

15. Parsons T. Sociological Theory and Modern Society. NY – L., 1967. - P. 303 - 304.
16. Вебер М. История хозяйства //История хозяйства. Город. М., 2001. - С. 7.
17. Jivan A. Conceptul generalizat de serviciu //Studii de economie: Lucrari stintifise ate cardelor didactice / Univ. de vest din Timisoara. Fac. de stante econ. si drepti. Timisoara. 1994 - 1995. Vol. 16. – P. 58 – 63.
18. Софина Т.Н. Сфера услуг: трансформации в рыночной экономике. Учебник. – СПб: Питер, 1999. - С. 72.
19. Софина Т.Н. Управление социальной сферой. Учебник /Под ред. В.Э. Гордина. – СПб: Питер, 1998. - С. 21 - 55.
20. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 25. Ч. I. – М.: Политиздат, 1975. - С. 116.