



Электронное научное издание  
«Ученые заметки ТОГУ»  
2014, Том 5, № 4, С. 1323 – 1328

Свидетельство  
Эл № ФС 77-39676 от 05.05.2010  
[http://pnu.edu.ru/ru/ejournal/about/  
ejournal@pnu.edu.ru](http://pnu.edu.ru/ru/ejournal/about/ejournal@pnu.edu.ru)

УДК 339.13

© 2014 г. **А. Н. Король**, д-р экон. наук,  
**С. А. Хлынов**

(Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск)

## **УСЛУГИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ**

В статье рассматриваются различные трактовки понятия «услуга», а также дается авторское определение данного термина. Приведены различные классификации услуг и отдельно рассмотрены посреднические услуги.

**Ключевые слова:** услуга, классификация услуг, посреднические услуги.

**A. N. Korol, S. A. Khlynov**

## **SERVICES: DEFINITION AND CLASSIFICATIONS**

In article various treatments of concept "service" and as author's definition of the given term is made are considered. Various classifications of services are resulted and intermediary services are separately considered.

**Keywords:** service, classification of services, intermediary services.

В конце 20-го – начале 21-го веков существенно изменяется место и значение услуг в экономике развитых стран. Данный процесс нашёл свое отражение в теории постиндустриального общества, основоположником которой, по мнению учёного сообщества, считается Д. Белл. Согласно этой теории выделяют 3 вида общества:

- 1) постиндустриальное,
- 2) индустриальное,
- 3) доиндустриальное.

В основу данного разделения заложена трехсекторная модель структуры общественного производства К. Кларка, в соответствии с которой первичный сектор экономики составляют добывающие отрасли и сельское хозяйство, вторичный – обрабатывающая промышленность, а третичный – услуги [1].

Доминирующее положение сектора услуг в экономике страны считается главным признаком постиндустриального общества.

Несмотря на то, что услуги в современном обществе и экономике играют значительную роль, в экономической науке и литературе нет единого общепринятого определения данного термина.

В современной отечественной экономике существует два основных подхода к толкованию сущности услуг, сложившиеся на основе учений К. Маркса. Первый подход рассматривает услугу как деятельность, специфическую форму труда, а второй соотносит данное понятие с результатом труда, полезным эффектом деятельности. Отсюда вытекают следующие различные трактовки термина услуга.

Услуга – отдельный законченный результат или продукт деятельности в сфере сервиса, предоставленным производителем потребителю, в соответствии со спросом, установленными требованиями к его свойствам.

Услуга – это деятельность, направленная на удовлетворение потребности путем предоставления (производства) соответствующих этой потребности благ материального и нематериального характера [2].

Услуги – это отношения между людьми, невещественный полезный эффект непосредственных взаимодействий экономических субъектов, т. е. результат материальной деятельности независимо от приобретения этим результатом (эффектом) материально-вещественной формы.

Услуга – это экономическое благо в форме деятельности, это действие (или последовательность действий), цель которого – повышение потребительской полезности объекта услуги, а задача – воздействие на этот объект услуги [3].

Подобная двойственность подходов к определению термина «услуга» одним автором свойственна многим отечественным ученым. Опираясь на основополагающее для них учение К. Маркса, они продолжают одновременно рассматривать данное понятие и с позиции деятельности, и с позиции результата труда. По нашему мнению это является не актуальным подходом, т. к. создает проблемы для формирования единого понятия «услуга». Помимо этого не следует рассматривать услугу либо как деятельность, либо как результат. Необходимо синтезировать данные подходы и рассматривать их в совокупности, что, по нашему мнению, и позволит прийти к формированию единого толкования рассматриваемого термина.

В зарубежной практике так же отсутствует единое мнение о трактовке понятия услуги. По мнению Х. Ворачека не выработано единого понятия услуг, способного охватить все многообразие данного явления. В литературе встречается довольно широкий диапазон мнений по этому вопросу [4].

Так, по мнению Ф. Котлера услуга – это любое мероприятие, деятельность или выгода, которые одна из сторон может предложить другой стороне и которые в основ-

ном неосязаемы и не приводят к овладению чем-либо [5]. Ф. Котлер дает очень широкое определение, включающее в себя связь услуги и с действием, и с результатом (выгода – это все же некий результат, а не процесс). Отметим, что ученый допускает возможность осязаемости услуг, что совпадает с точкой зрения автора диссертации. Единственный минус данного определения, что оно слишком не конкретно и трудно воспринимается. Однако, по нашему мнению, именно данное определение заслуживает особого внимания, потому что его суть идет в правильном направлении с позиции попытки дать максимально охватывающую трактовку понятия «услуга».

Согласно Г. Ассэлю услуги – это неосязаемые блага, которые приобретаются потребителем, но не связаны с собственностью [6]. Разбирая данное определение становится очевидным, что Г. Ассель связывает услугу именно с неким конечным результатом (благом), а из действий фигурирует лишь ее приобретение, которое в принципе именно к самой услуге относится мало, потому что связано, скорее, с потребителем.

К. Гренроос определяет услугу как процесс, включающий серию (или несколько) неосязаемых действий, которые по необходимости происходят при взаимодействии между покупателями и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, схемами предприятия-поставщика услуг [7]. Но, по нашему мнению, услуга это все же не процесс, хотя он и подразумевает некую серию действий. К примеру, хранение денег в банке – это услуга. Она, конечно же, подразумевает под собой определенные действия, связанные с осуществлением данной услуги (открытие счета, его ведение, пополнение и снятие наличных и т. п.), но все же суть услуги так и остается именно хранение как таковое, а не весь процесс в совокупности. Поэтому мы считаем, что данное понятие должно быть более конкретным и не таким расплывчатым.

Также следует отметить, что большинство ученых в качестве основной отличительной черты услуги выделяют ее неосязаемость. Но автор статьи не согласен с этим по причине того, что есть услуги, которые мы, так или иначе, можем ощутить и измерить (например, транспортировка, косметические и парикмахерские услуги и др.).

Из всего вышесказанного становится очевидным правомерность высказывания Х. Ворачека в отношении понятия услуги.

Помимо различных подходов к толкованию услуги, связанных с учением К. Маркса, неудачи с формированием единого понятия данного термина связаны еще и с тем, что широта и разнообразие индустрии услуг затрудняет возможности определения у различных ее секторов общих закономерностей, характерных для данной сферы [8]. По мнению Н. В. Мироновой существуют определенные причины, затрудняющие выработку единого подхода к дефиниции термина «услуга»:

- к услугам относятся все экономические блага, которые нельзя отнести к сельскому хозяйству или промышленному производству;
- к услугам относятся многочисленные и разнообразные действия, направленные на различные объекты;
- эти многочисленные и разнообразные действия относятся существующей официальной статистикой к одному классу экономических благ;
- услуга – гибкий объект, границы которого легко меняются [9].

Остаточный принцип формирования сектора услуг, в который включаются все виды деятельности, не относящиеся к сельскому хозяйству и промышленности, в значительной степени повлиял на то, что термин «услуга» является довольно расплывчатым и в экономическом смысле бесформенным [1].

Однако, по нашему мнению, вполне можно дать конкретное определение понятию «услуга», даже с учетом того, что данный сектор экономики продолжает бурно развиваться и часто появляются новые виды услуг и исчезают старые. Для этого надо попы-

таться учесть всевозможные варианты изменений в этой области путем обобщения всевозможных вариаций и изменений.

Таким образом, услуга, по нашему мнению, – это определенное действие субъекта, целью которого является достижение конкретного результата, необходимого заказчику, посредством воздействия на объект услуги.

В наше время на рынке предлагается широкий спектр услуг. Директива Европейского Союза разделяет их на три категории:

- 1) услуги, предоставляемые конечным потребителям;
- 2) услуги, предоставляемые бизнесу;
- 3) услуги, предоставляемые одновременно конечным потребителям и бизнесу [10].

Обзор обширного зарубежного и отечественного теоретического материала позволяет нам выделить следующие классификационные признаки услуг (табл. 1).

Таблица 1

Классификация услуг

Классификационный признак	Вид услуг
По функциональности	- производственные, - потребительские, - социальные, - распределительные.
По месту в процессах	- конечные, - промежуточные.
По легитимности	- законные, - теневые.
По степени материальности	- материальные, - нематериальные.
По критерию опосредованности товарно-денежными отношениями	- коммерческие, - некоммерческие.
По характеру потребления	- массовые, - коллективные, - индивидуальные.
По роли	- основные, - вспомогательные.
По степени участия в международном обмене	- услуги, которые могут быть объектом внешней торговли, - услуги, которые не могут быть предметом экспорта, - услуги, которые могут производиться как для внутренних нужд, так и на экспорт.
По степени комплексности	- факторные, - не факторные.
По способу доставки	- услуги, связанные с инвестициями, - услуги, связанные с торговлей, - услуги, связанные одновременно с инвестициями и торговлей.
По видам деятельности	- услуги в строительстве, - услуги в машиностроении, - услуги в текстильной промышленности и др.

Представленная в таблице классификация услуг отчетливо демонстрирует неоднородность данной сферы.

Если в доиндустриальном обществе преобладали домашние или личные услуги, то в индустриальном акцент сместился в сторону услуг, игравших вспомогательную роль по отношению к производству, а также финансовых услуг. В постиндустриальном обществе, сохраняющем все ранее существовавшие виды услуг, появляются качественно новые их типы, быстро начинающие доминировать в структуре профессиональной деятельности. В нынешних условиях как никогда ранее справедливы слова Д. Белла, который, говоря о третичном секторе, отмечал: «слово “услуга” не должно вызывать вводящих в заблуждение образов быстро приготовленной еды и низкооплачиваемых работников; основными являются финансовые, профессиональные и конструкторские услуги, здравоохранение, образование и социальная сфера, и лишь на последнем месте этой шкалы стоят бытовые услуги» [11].

Согласно официальной статистике действующие классификации, в том числе Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности (МСОК / ISIC), статистическая классификация видов экономической деятельности европейского союза (КДЕС / NACE) разделяет все услуги на 160 позиций по 12 укрупненным блокам:

- деловые услуги;
- услуги связи;
- строительные и инжиниринговые услуги;
- дистрибьюторские услуги;
- общеобразовательные услуги;
- услуги по защите окружающей среды;
- финансовые услуги, включая страхование;
- услуги по охране здоровья и социальные услуги;
- туризм и путешествия;
- услуги в области организации досуга;
- транспортные услуги;
- прочие услуги [12].

В современной экономике России (да и многих других стран) продолжают выделяться и развиваться многие виды специализированных отраслей сферы услуг. Особое развитие получили посреднические услуги. Эти услуги обеспечивают процесс производства, обращения и эффективного потребления материальных и нематериальных благ. При этом не в одной из рассмотренных классификаций данное понятие не фигурировало.

Посреднические услуги – это особый вид услуг, специфика которого заключается в том, что исполнитель не воздействует на объект услуги напрямую, а лишь выступает в роли буферного звена между заказчиком и производителем услуги, способствующего доведению конечного результата услуги до заказчика.

Организации, предоставляющие посреднические услуги в современном мире, интегрированы практически во все звенья производства и потребления, способствуя повышению скорости и стабильности обращения общественного капитала. Расширение сферы посреднических услуг способствует вовлечению в трудовую деятельность рабочую силу, которая по каким-либо обстоятельствам не участвует в производстве материальных благ. Данное обстоятельство имеет особое значение в борьбе с безработицей.

Если обратиться к статистике, то можно отметить тот факт, что в 2012 году в России функционировало около 20 тысяч посреднических организаций с численностью более 600 тысяч человек. Что же касается зарубежной практики, то в США примерно 30 млн. работников занято предоставлением услуг потребителям (сюда входят рознич-

ная торговля, общественное питание и гостиничный бизнес, а также услуги, предоставляемые авторемонтными мастерскими, химчистками, косметическими салонами) [13].

Отметим, что именно посреднические услуги на сегодняшний день остаются мало изученными, несмотря на то, что их вес в мировой экономике в сфере услуг значим. Данная ситуация складывается еще и по причине неполноты изученности тематики услуг в целом. Поэтому, по нашему мнению, данная проблематика заслуживает более тщательного рассмотрения и изучения со стороны научного сообщества.

### Список литературы

- [1] Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — Москва: Академия, 1999
- [2] Сфера сервиса: особенности развития, направления и методы исследования. Коллективная монография / Под общ. ред.: Свириденко Ю.П., Соловьева В.Н., Бабурина В.А. — СПб.: Изд-во СПбГИСЭ, 2001
- [3] Софина Т.Н. Сфера услуг: Трансформации в рыночной экономике. СПб., 1999
- [4] Ворачек Х. О состоянии "теории маркетинга услуг" // Проблемы теории и практики управления. - 2002. - №1
- [5] Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Бизнес-Книга, 1995
- [6] Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия. Учебник. М.: ИНФРА-М, 1999
- [7] Санникова Л. В. Услуги в гражданском праве России. — М.: Волтерс Клувер, 2006
- [8] Бугаков В. П. Особенности маркетинга услуг//Маркетинг в России и за рубежом. 1998. N 2
- [9] Миронова Н.В. Дифференцированный подход к маркетингу услуг URL: [www.marketologi.ru/11b/differ.htm](http://www.marketologi.ru/11b/differ.htm) (дата обращения 08.10.14)
- [10] Сфера услуг: Экономика / кол. авт. под ред. Т.Д. Бурменко. — М.: КНОРУС, 2006
- [11] Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: Учеб. пособие для студентов вузов. — М.: Логос, 2000
- [12] Бурменко Т. Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг в современном обществе: Экономика, менеджмент, маркетинг. Курс лекций — М.: Кнорус, 2004
- [13] Foster H. and K. Krizan The Link Between Aggregate and Microproductivity growth: Evidence from Retail Trade. NBER Working Paper # 9120, Wash. 2002

*E-mail:*

*Хлынов С. А.- [khlyn@list.ru](mailto:khlyn@list.ru)*