

УДК 330.123.6

СФЕРА УСЛУГ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Ю.В. Мелешко

Белорусский национальный технический университет, meleshkojv@gmail.com

Начиная с середины XX века в экономически развитых странах наблюдается тенденция изменения структуры общественного производства в сторону увеличения доли третичного сектора экономики (сферы услуг). Доминирование сферы услуг в структуре экономики является важным признаком перехода к постиндустриальной стадии развития. В постиндустриальной экономике сфера услуг становится основным фактором экономического развития, она определяет структуру

экономики, взаимосвязь между различными отраслями и видами деятельности. Несмотря на высокие темпы развития третичного сектора и увеличения его значения в обеспечении конкурентоспособности экономики, до сегодняшнего дня нет единого методологического подхода к определению понятия «сферы услуг», ее места и роли в экономике, что не позволяет в полной мере выработать стратегию управления третичным сектором экономики.

По мнению Г. Ассэль услуги представляют собой «неосязаемые блага, которые приобретаются потребителями, но не связаны с собственностью» [1, с. 337]. Данный автор определяет услугу путем противопоставления материальным благам, выделяя при этом дополнительные специфические характеристики услуг с точки зрения правовых отношений производителя и потребителя. Схожее определение было предложено и Ф. Котлером: «услуга – любая имеющая неосязаемую природу и не приводящая к владению чем–либо деятельность, которую одна сторона может предложить другой» [2, с. 395]. При таком подходе внимание исследователя концентрируется на таких важных, но с точки зрения феноменологической природы услуги не всегда определяющих аспектах, как нематериальность услуги, и, как следствие, невозможность передачи прав собственности.

Несмотря на распространенное в научных кругах противопоставление услуг продуктам материального производства, их различия не всегда так очевидны: почти всегда приобретение материальных благ в той или иной мере сопровождается сопутствующими услугами и наоборот. Услуги могут использоваться или воплощаться в материальных предметах, выступающих посредником между производителем и потребителем услуги, но сами по себе не являются ими. Таким образом, материальная продукция и услуги не являются антиподами. С учетом этой особенности Ф. Котлер выделяет пять категорий товаров: исключительно осязаемый товар (например, мыло или соль), осязаемый товар, дополненный услугами (например, автомобили или компьютеры), гибрид (например, ресторан), основной сервис сопровождается получением сопутствующих товаров и услуг (например, авиаперелет), чистая услуга (например, массаж или психотерапия) [2, с. 396].

К. Лавлок фиксирует два возможных подхода к определению услуги. Во–первых, услуга – это «действие или процесс, предлагаемый одной стороной другой, хотя в ходе этого процесса нередко используются физические объекты (товары), выполнение действий, по сути, носит неосязаемый характер и, как правило, не приводит к получению права собственности на что–либо». Во–вторых, услуга представляет собой «вид экономической деятельности, создающий ценность и обеспечивающий определенные преимущества для потребителей в конкретном месте и в конкретное время, в результате осязаемых и неосязаемых действий, направленных на получение услуги и его имущество» [3, с. 34]. И в первом, и во втором случае услуга описывается как некое целесообразное действие, что не является само по себе новым подходом (услугу как действие определял еще К. Маркс). Вместе с тем К. Лавлок делает особый упор на полезность услуги для потребителя и ее адресный характер.

Т. Хилла считает, что суть услуги заключается в результате оказываемой деятельности, а именно в изменении состояния объекта, на которого была направлена услуга. Так, данный автор отмечает, что товар – «это физический объект, который может быть присвоен, а, следовательно, и передан от одной хозяйственной единицы к другой» [4], услугой же является «изменение состояния человека или предмета, принадлежащего любому участнику экономических отношений, которое достигается в результате сознательных действий другого участника данных отношений. При этом воздействие происходит на основе их предварительной добровольной договоренности» [4]. Трактовка услуги как результата действия носит частный характер по отношению к определению услуги как действия, процесса, чем и определено ограниченность его применения.

По мнению автора, под услугой следует понимать хозяйственное благо в форме действия. Однако такое определение требует дальнейшей конкретизации в части определения круга субъектов и потребностей, трансформирующихся с учетом особенностей структуры реальных экономических отношений в интересы. В качестве методологической основы такой конкретизации можно использовать подход С. Ю. Солодовникова к экономической системе общества. Данный автор отмечает, что «целью общественного производства является не просто производство материальных благ на основании какого–то достигнутого уровня развития технологии, а производство их наиболее экономичным способом... А это требует учета интересов индивидов и различных социальных общностей в целях организации наиболее эффективного вовлечения их в общественное производство» [24, с. 959]. В экономической системе общества следует выделить таких субъектов, как индивид, социальная группа и общество в целом, представленных соответственно домашними хозяйствами, предприятиями и государственным аппаратом. При этом для определения потребностей будем использовать «позитивный» подход, разработанный Л. Николовым: «потребность есть

положительное отношение между нормальным функционированием организма или субъекта и условиями этого нормального функционирования» [25, с. 72]. Соответственно, условием нормального функционирования субъекта является удовлетворение потребностей. При этом по мере изменения и развития экономической системы формируются новые потребности, которые направлены на сохранение и увеличение жизнеспособности субъектов. Таким образом, с учетом интересов реальных действующих субъектов экономических отношений, под услугой предлагаем понимать хозяйственное благо в форме действия, направленное на удовлетворение потребностей хозяйствующих субъектов (домашних хозяйств, предприятий и органов государственного управления) с целью воспроизводства общества в целом.

Как свидетельствует зарубежный опыт, увеличение доли сферы услуг в ВВП и в структуре занятости населения автоматически не обеспечивает стабильное социально-экономическое развитие и не является само по себе фактором экономического роста. Успешное развитие экономики в постиндустриальном обществе зависит не столько от количественных показателей роста сферы услуг, сколько от степени ее технологичности и инновационности. В результате последствий глобализации и информационной революции конкурентоспособность товаров обеспечивается, как правило, не ценовыми методами, а широкомасштабным использованием высокотехнологичных производственных услуг, позволяющих, с одной стороны, существенно сократить транзакционные издержки на всех стадиях производственного процесса (от НИОКР до реализации товара), с другой стороны, создать товар уникального качества.

В Республике Беларусь третичный сектор экономики составляет чуть меньше 50 % ВВП и представлен большей частью традиционными услугами – торговлей и транспортом, что свидетельствует о качественной неразвитости данного сектора экономики. Развитие новых видов услуг – информационных, телекоммуникационных, финансовых, логистических, услуг рыночной инфраструктуры, развитие аутсорсинга, способствующих ускорению экономического роста, а также социальных услуг, повышающих качество жизни населения, – будет способствовать не только развитию социальных секторов экономики, но и повышению конкурентоспособности промышленных товаров.

Список использованных источников:

1. Ассаэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов/ Г. Ассаэль. – М.: ИНФРА-М, 2001.
2. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмента. 14-е изд. – СПб.: Питер, 2014. – 800 с.
3. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегия, 4-е изд.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 1008 с.
4. Hill T. On goods & services // Rev. of income & wealth. – W., 1977. – Ser. 23. – №4. – P.315–338.
5. Солодовников С.Ю. Экономическая система / С.Ю. Солодовников // Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия / Главн. науч. ред. и сост. С.Ю. Солодовников. – Мн.: МФЦП, 2002. – 1008 с.
6. Николов Л. Структуры человеческой деятельности: Пер. с болг. Под общ. ред. и с предисл. Л.П. Буйвой. – М.: Прогресс. – 1984. – С.72.