

## СУЩНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УСЛУГ КАК СПЕЦИФИЧЕСКОГО ТОВАРА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

© 2015 Петров Александр Николаевич

доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ

© 2015 Хорева Любовь Викторовна

доктор экономических наук, профессор

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21

E-mail: pan@finес.ru, luhor@inbox.ru

Рассматривается экономическая сущность услуги как товара, аргументируется специфичность услуги, в том числе как товара на международном рынке, и рассматривается роль социальных услуг в контексте расширения базы социального государства в нашей стране.

*Ключевые слова:* услуга, товар, овеществленный товар, социальная услуга.

Услуги в современных исследованиях занимают важное место как объект изучения экономистов, правоведов, социологов, психологов и представителей других профессиональных сообществ. Интерес к сфере услуг, который сформировался и не замирает к настоящему времени, обусловлен различными обстоятельствами. Прежде всего, это связано с тем, что сфера услуг начиная с последней трети прошлого века растет стремительными темпами: появляются новые виды и технологии производства услуг, что вызвано разнообразием спроса на них со стороны потребителя; растет доля сферы услуг в ВВП большинства стран, увеличивается количество занятого населения в производстве услуг как в абсолютном, так и в относительном выражении; услуги все увереннее выходят на международный рынок и из традиционно неторгуемого товара становятся участниками мирового торгового обмена.

В то же время услуга представляет собой весьма специфический товар, что определяет своеобразие ее «поведения» на рынке; формирует особенности маркетинга и менеджмента в сфере услуг; обуславливает разнообразие способов поставки услуг на международный рынок; затрудняет ведение статистического учета и использование тарифных инструментов регулирования торговли услугами. Несмотря на большое внимание к сфере услуг, до сих пор не сформулировано универсального и признанного всеми исследователями определения услуги, определения, которое могло бы однозначно использоваться для регу-

лирования торгово-экономической деятельности, применяться в законодательных и нормативных актах национального и международного уровней, адекватно организовать статистический учет производства и потребления услуг. В данной статье мы хотели бы остановиться на двух аспектах, которые сегодня нам кажутся важными как с точки зрения развития теории услуг, так и в контексте расширения базы социального государства в нашей стране.

Прежде всего, сформулируем некоторый проблемный пункт, с которым приходится сталкиваться, анализируя научные публикации, посвященные сфере услуг, а именно: достаточно часто происходит противопоставление категорий «товар» и «услуга». Такое противопоставление или перечисление «через запятую» нам кажется некорректным, поскольку услуга в рыночной экономике - это полноценный товар, хотя и весьма специфический, требующий к себе «особого» отношения. Мы считаем, что более корректно, сопоставляя «товары» и «услуги», следует говорить о категории овеществленных и неовеществленных товаров (услуг). Необходимость акцентирования внимания на товарной сущности услуги объективна и базируется на действии закона стоимости, который гласит, что все товары обмениваются на рынке на основе учета затрат общественно необходимого труда для производства товара.

В общем случае, термин «услуга» определяет экономическую продукцию (конечную или промежуточную), которая чаще всего является неосвязаемой, «невидимой». Распространено класси-

ческое определение Ф. Котлера: “Услуга есть любое мероприятие или выгоды, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы, а их потребление не приводит к завладению чем-либо”<sup>1</sup>. Услуги полезны не как вещи, а как деятельность определенного назначения по удовлетворению потребностей человека. При этом услуга как товар создана трудом (имеет стоимость) с целью удовлетворять определенные потребности (имеет потребительскую стоимость) и предназначена для реализации (обмена) на рынке, что определяет ее экономическую сущность. Как отмечено в работе В.В. Кулибановой, услуга, так же как физический продукт, представляет собой реакцию производителя на запросы рынка и имеет потребительскую стоимость. Этим определяется ее товарный характер, который выражен в способности удовлетворять потребности людей посредством приобретения и использования услуги<sup>2</sup>.

В то же время услуга представляет собой весьма специфический товар, обладающий рядом характеристик, не свойственных о вещественным (“видимым”) товарам и отличающих услугу на рынке. Именно эти характерные свойства услуги позволяют выделить ее в ряду других товаров, а составление разнообразных классификаторов отраслей услуги и сфер деятельности на рынках позволяют путем, скорее эмпирических, проб зафиксировать наиболее приемлемый термин для использования в экономической и хозяйственной деятельности по производству и обмену товаров-услуг.

С другой стороны, не всякая вещь, обладающая потребительской стоимостью, становится товаром. Возникновение подробных ситуаций особенно характерно для сферы услуг, что создает дополнительные сложности анализа соответствующих рынков. Сами по себе затраты труда по предоставлению услуг, даже обладающей потребительской стоимостью, не формируют ее рыночную стоимость и возможность обмена на рынке. Например, услуги, произведенные для собственного потребления в рамках домохозяйств, свойством стоимости не обладают, поскольку труд в рамках такого института, как семья, по созданию условий для воспроизводства человека и развитию личности в ее физическом, интеллектуальном, нравственном, духовном аспектах формируется на основе комплекса услуг<sup>3</sup>, которые долгое время были внутри “семейного про-

изводства” и не рассматривались как рыночные, тем самым создавая нишу “нетоварных” услуг. Подобные услуги, несмотря на постиндустриальный этап развития и формирование сервисной экономики, остаются все еще внутрисемейными. Тем самым услуга сегодня может и не быть товаром, хотя и будет, безусловно, полезной для ее потребителя, не включенного в рыночные отношения с ее производителем. Например, труд по воспитанию детей хотя и имеет рыночные аналоги (услуги няни, услуги педагога, услуги тренера), однако до конца не является рыночным продуктом. В этом контексте можно говорить, что “услугой является действие, приносящее помощь, пользу другому”<sup>4</sup>. Однако в большинстве подходов рассматривается именно рыночная составляющая сферы услуг, что определено и в нормативных актах, призванных обеспечить достаточный уровень регулирования.

Один из основных документов РФ, регулирующих отношения в сфере торговли услугами, - это Гражданский кодекс Российской Федерации. В частности, в ст. 779 “Договор возмездного оказания услуг” дается определение услуги через договор возмездного оказания услуг, в рамках которого “исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется оплатить эти услуги”<sup>5</sup>. В Федеральном законе “Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности” услуга определяется как товар на международном рынке через описание действий, которые производятся с услугой в ходе ее создания и продажи, и указывается, что “внешняя торговля услугами - оказание услуг (выполнение работ), включающее в себя производство, распределение, маркетинг, доставку услуг (работ) и осуществляемое способами, указанными в статье 33 настоящего Федерального закона”<sup>6</sup>. Приведенные в ст. 33 способы поставки услуг гармонизированы со способами, закрепленными в Генеральном соглашении по торговле услугами (ГАТС)<sup>7</sup>. В ГАТС в ст. 1, пар. 3b услуга определяется как “любая услуга в любом секторе”, с последующим уточнением через описание способов ее поставки на рынки, которых предложено четыре: трансграничная торговля, потребление за рубежом, коммерческое присутствие и присутствие физических лиц. Выделение этих способов торговли как раз и обусловлено базовыми характери-

ками услуги как товара. Можно говорить, что как в международном, так и в российском законодательстве услуга описывается через способы ее поставки, это позволяет максимально полно учесть специфику услуги как товара.

Для целей статистического учета услуга понимается как результат производственной деятельности, которая изменяет состояние потребляющих единиц или содействует обмену продуктами или финансовыми активами<sup>8</sup>. Укажем, что услуги в системе национальных счетов очень долгое время (до последней трети XX в.) не учитывались как отдельный товар, а были частью товарного экспорта (услуга как часть овлеществленного товара). Статистический учет услуг очень сложен, в ряде случаев он вообще не ведется (зачастую трудно учесть и выделить услугу, например, инжиниринговую или консалтинговую, из технологического цикла производства автомобиля). Сложности возникают и из-за различий, существующих в отнесении тех или иных видов деятельности к сфере услуг. Например, в отдельных странах строительство, нефтегазовые сервисы, элементы инфраструктуры не относятся к услугам<sup>9</sup>. Рост доли услуг в международной торговле, между тем, потребовал более тщательного отношения к статистическому учету движения данного товара. К настоящему времени в международной практике выработаны единые подходы к оценке вклада услуг в мировую экономику, которые базируются на Руководстве по платежному балансу и международной инвестиционной позиции<sup>10</sup> Международного валютного фонда и Руководстве по статистике международной торговли услугами<sup>11</sup>, подготовленном Организацией Объединенных Наций (ООН) в 2010 г.

В то же время учет как в национальной статистике (хотя и используется различные подходы), так и в рамках международной торговли ведется по такому типу услуг, как коммерческие. К ним относят большой спектр видов деятельности, в рамках классификатора Всемирной торговой организации охватывающих 12 секторов, каждый из которых разбит на отдельные подсекторы, объединяющие в общей сложности более 150 товарных групп услуг. В реальной практике производства и потребления услуг следует учитывать наличие как товарной (коммерческой), так и некоммерческой составляющих. Сфера услуг в качестве неотъемлемого элемента включает так называемые социальные услуги, которые для ко-

нечного потребителя могут представляться на льготной или даже бесплатной основе, а производитель датироваться из государственного или регионального бюджета на различных основаниях. Тем самым формируется квазирынок услуг, которые имеют и стоимость, и потребительную стоимость, но определенным группам потребителей предоставляются “бесплатно”.

Тем самым на рынке мы видим как коммерческие услуги, так и социальные. Нужно понимать, что подобное дуальное деление, скорее, условно и необходимо, прежде всего, для анализа, поскольку рынок коммерческих услуг может быть представлен услугами широкой направленности и производиться предприятиями различной формы собственности. Например, патронажные услуги сегодня входят в сферу деятельности как госструктур (государственные службы социального обслуживания населения), так и частных социальных учреждений. Тем самым задача адекватного описания понятия услуги усложняется наличием большого спектра разнообразных учреждений, различающихся по характеру, функциональной направленности, по организационно-правовой форме, по форме собственности, по источникам финансирования и другим параметрам.

Приведем различные подходы к рассмотрению услуг, производимых предприятиями и организациями социальной направленности. Если отталкиваться от концептуальных подходов классиков социологии, анализ работ которых был проведен И.В. Малофеевым, то, с точки зрения функций, которые выполняют услуги в социальном государстве, социальные услуги следует рассматривать как часть социальной сферы, обладающей признаками социального института, осуществляющего взаимодействие между юридическими лицами и потребителями услуг по удовлетворению их потребностей на основе права и установленных норм в законодательстве<sup>12</sup>. Мы согласны с автором в том, что важна институционализация рынка социальных услуг, поскольку широкая востребованность подобных услуг вызывает необходимость в более структурированных нормах и систематизированных нормативах их предоставления, однако еще раз подчеркнем, что социальные услуги все же входят в сферу интересов и частного сектора экономики, а не являются сферой сугубо индивидуальной ответственности государства.

При проведении группировки услуг на основе критериев, используемых в теории обществен-

ного выбора<sup>13</sup>, а именно неисключаемости и неконкурентности в потреблении, сочетание двух этих условий в максимальной степени позволяет отнести часть услуг к чистому общественному благу. В самом общем случае, к общественной услуге, таким образом, может быть отнесена услуга вне зависимости от того, кто выступает ее производителем, но имеет положительные внешние эффекты и является социально значимой для отдельных категорий населения. Необходимо отметить, что понятие “социальные услуги” применяется в сфере социального обслуживания населения фактически с момента реструктуризации бюджетного сектора в нашей стране, начатого в конце прошлого века. В законодательных и нормативных документах дан терминологический инструментарий и приводятся группировки подобных услуг для целей выполнения государственных обязательств перед населением.

Так, в Национальном стандарте РФ ГОСТ Р 52143-2013 “Социальное обслуживание населения. Основные виды социальных услуг” выделено шесть групп социальных услуг: социально-бытовые, социально-медицинские, социально-психологические, социально-педагогические, социально-экономические, социально-правовые, каждая из которых имеет расшифровку по специфике предлагаемых сервисов, однако не сформулировано общее определение социальной услуги, которая рассматривается как социальное обслуживание населения. При этом акцент делается на том, что эти услуги предоставляются только категориям населения, которые признаны находящимися в трудной жизненной ситуации и которым государство гарантирует “социальное обслуживание (получение социальных услуг) в порядке и на условиях, устанавливаемых законодательством” различных уровней<sup>14</sup>.

Правовое, организационное и экономическое основания реализации социальных услуг зафиксированы в Федеральном законе “Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации”, вступившем в силу 1 января 2015 г. В рамках данного законодательного акта социальное обслуживание определяется как деятельность по предоставлению социальных услуг гражданам, а социальные услуги - это действия в сфере социального обслуживания по оказанию помощи гражданину в целях улучшения условий его жизнедеятельности; получателями социальных услуг выступают признанные нужда-

ющимися категории граждан<sup>15</sup>. При этом производителем услуг может быть как государственное учреждение, так и частный производитель. Тем самым обозначается возможность рыночных отношений в сфере социальных услуг.

Большинство теоретических работ, посвященных данной проблеме, хотя и используют термин “социальные услуги”, но до сих пор нет консенсуса среди исследователей и законодателей, что считать социальной услугой. Отметим, что многие авторы, которые так или иначе занимаются анализом процессов предоставления социальных услуг, не описывают вообще это понятие, а руководствуются интуитивным осмыслением социальной услуги как некоего блага, позволяющего формировать достойные уровень и качество обслуживания<sup>16</sup>.

Интересную и неоднозначную точку зрения формулирует А.Я. Рубинштейн. Рассматривая теорию общественного блага, он предлагает использовать, кроме классического деления общественных благ на чистые и смешанные, дополнительный критерий классификации - социальные и коммунальные блага, отмечая при этом, что социальные и коммунальные общественные блага объединяются в одной группе “чистые общественные товары”. Причем под социальными благами понимаются те, которые “не имея индивидуальной полезности способны удовлетворять потребности общества как такового, то есть обладают социальной полезностью”<sup>17</sup>. Мы, однако, считаем, что не все социальные блага должны обладать свойствами неисключаемости и несоперничества в потреблении. Социальные блага при определенных условиях могут быть и частными. Важно, чтобы они удовлетворяли существенную воспроизводственную потребность человека.

По мнению Л.К. Терещенко, к социальным услугам относят такие, которые реализуются в определенной сфере деятельности, в частности, в здравоохранении, культуре, образовании, науке<sup>18</sup>. Е.А. Величина указывает, что некоторые исследователи, недостаточно четко разобравшись в самой сути государственных услуг, считают, что в качестве государственных следует рассматривать любые социальные услуги, в том числе и услуги по оказанию медицинской помощи в рамках утвержденного государством стандарта, или услуги по социальному обслуживанию населения, или иные подобные услуги<sup>19</sup>, т.е., пытаюсь диф-

ференцировать понятия государственных и социальных услуг, автор также склонен трактовать последние через предметный подход (по сфере деятельности).

Понятия социальной услуги и социальной сферы тесно переплетены, но имеют особенности как по составу, так и по источникам и моделям финансирования и ресурсного обеспечения. В государственных программах социально-экономического развития в блоке отраслей социальной сферы выделяются услуги в сфере образования, здравоохранения, социального обеспечения, физической культуры и спорта, культурного развития и обеспечения населения жильем. С нашей точки зрения, происходит смещение понятий, поскольку данные отрасли не исчерпывают перечня всех отраслей данной сферы. По мнению Т.Д. Бурменко, практически любой вид услуг может быть отнесен по “статусу” к социально значимым, если их гарантированное предоставление осуществляется уязвимым слоям населения с целью обеспечения жизнедеятельности на уровне, определяемом возможностями экономического развития страны<sup>20</sup>. Мы считаем, что спектр услуг социальной сферы значительно шире спектра социальных услуг и включает такие, которые выходят за рамки социально значимых, а зачастую являются и социально неодобряемыми (например, услуги игорного бизнеса и т.п.), что не мешает им оставаться услугами социальной сферы.

Здесь, однако, следует помнить о высокой сложности определения спроса на социальные услуги в части нерыночного сегмента их производства, т.е. тех услуг, которые гарантируются государством населению и производятся за счет средств общественного сектора. Использование конечного потребителя в качестве единственного субъекта оценки имеет ряд ограничений. Прежде всего, поведение индивида не всегда столь рационально, как это постулирует классическая экономическая теория. В условиях изменяющейся институциональной структуры общества, стремясь избежать неопределенности, люди принимают нерациональные решения, далекие от идеальных с экономической точки зрения. Поэтому возникает потребность во внешнем регуляторе<sup>21</sup>, в качестве которого выступает государство, как “конечный производитель” социальных благ. Однако надо понимать, что, несмотря на развитие в стране рыночных отношений, уровень жизни и

социальные ожидания населения таковы, что окончательное закрепление рыночных элементов в сфере социальных услуг очень длительный и неоднозначно воспринимаемый процесс. В этих обстоятельствах наиболее приемлемым становится поиск некоторых форм участия разных субъектов экономической деятельности в реализации программ социальной политики, что в целом позволяет сгладить дискомфортные социальные последствия либерализации экономики и расширяет возможности для обеспечения населения необходимыми социальными услугами.

Укажем, что мы предлагаем использовать комплексный подход к рассмотрению сущности социальной услуги, включающий три функциональных аспекта исследования<sup>22</sup>. Первый - расширительный, в рамках которого к социальным услугам относятся любые услуги, направленные на изменение социального статуса индивида в обществе. При этом производителем таких услуг может быть как государство, так и другие субъекты экономики, поскольку подобного рода услуги не ограничиваются помощью индивиду в сложной ситуации. Второй подход - это воспроизводственный, связанный с удовлетворением первостепенных потребностей населения, которые необходимы для социального воспроизводства социума, и в этом случае, хотя и присутствуют иные субъекты производства социальных услуг, но основная ответственность лежит на государстве. И третий подход - алармистский, являющийся в максимальной степени “социально ответственным”, основным субъектом, предоставляющим подобные услуги, выступает государство, поскольку бизнесу невыгодно выходить на подобные рынки. Именно последний подход находится в русле реализуемой сегодня в стране концепции социального обеспечения населения.

В рамках различных подходов к трактовке социальных услуг значение субъектов экономической деятельности, участвующих в их производстве, дифференцируется по степени ответственности и включенности их в производство. Однако в любом случае производителями социальных услуг являются три основных субъекта экономической деятельности и социальной политики. Первый - общественный сектор экономики, выступающий ключевым исполнителем ее задач. Речь идет об органах государственной власти разного уровня, являющихся заказчиками социальных услуг, и о государственных бюджетных и

казенных организациях и учреждениях, непосредственно предоставляющих услуги населению. Кроме государственных и муниципальных учреждений, производителями социальных услуг являются: бизнес-сектор, предприниматели, участвующие в создании социальных услуг; организации и учреждения негосударственного некоммерческого сектора и другие акторы, так или иначе включенные в социальные проекты.

В условиях либеральной социальной политики базовыми функциями государства, как основного субъекта социальной политики, являются регулирование деятельности разных субъектов экономической активности и стимулирование производства социальных услуг населению. Государство не должно брать на себя обязательства большие, чем закреплено законодательными нормами социальных гарантий. Социальная деятельность бизнес-структур, как правило, обусловлена их собственными экономическими интересами, но многие социальные услуги производятся в рамках концепции социальной ответственности бизнеса, все шире реализуемой в российской деловой практике. Государству необходимо сформировать или усилить выгоды от реализации бизнесом функций в рамках задач социальной политики; по возможности перевести косвенные выгоды в прямые, а долгосрочные в краткосрочные, стимулируя инициативное участие бизнеса в решении актуальных, с точки зрения общества, социальных задач. Инструменты такого воздействия известны: долевое государственное финансирование; налоговые и иные льготы; льготное кредитование; размещение госзаказов; реклама предприятия в подконтрольных государству средствах массовой информации и т.п. Применяя экономические стимулы, общество фактически расширяет спрос на социальные услуги и развивает не только квазирынки социальных услуг, но и формирует полноценный рынок услуг, тем самым повышая качество жизни населения.

<sup>1</sup> Котлер Ф. Основы маркетинга. Москва, 1991. С. 638.

<sup>2</sup> Кулибанова В.В. Маркетинг сервисных услуг. Санкт-Петербург, 2006. С. 15.

<sup>3</sup> Петиненко И.А. Семья в условиях функционирования рыночного ценообразования // Вестн. Томского государственного университета. 2007. Вып. № 295. С. 204-206.

<sup>4</sup> Джабраилов С.З. Понятие, виды, значение и правила регулирования торговли услугами в РФ. Москва, 1998.

<sup>5</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. II от 26 янв. 1996 г. № 14-ФЗ. URL: <http://www.gk-rf.ru/statia>.

<sup>6</sup> Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности : федер. закон от 8 дек. 2003 г. № 164-ФЗ : [ред. от 13 июля 2015 г.].

<sup>7</sup> Центр экспертизы по вопросам ВТО. URL: <http://www.wto.ru/2014/06/13>.

<sup>8</sup> Система национальных счетов, 2008. П. 6.17.

<sup>9</sup> Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. Москва, 2014. С. 80.

<sup>10</sup> Руководство по платежному балансу и международной инвестиционной позиции / Международный валютный фонд, 2009. URL: <https://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/bop/2007/bopman6r.pdf>.

<sup>11</sup> Руководство по статистике международной торговли услугами. ООН, 2010. URL: [http://www.un.org/ru/publications/pdfs/international\\_rus.pdf](http://www.un.org/ru/publications/pdfs/international_rus.pdf).

<sup>12</sup> Малофеев И.В. Социальные услуги в системе социального обслуживания населения. Москва, 2012. С. 25.

<sup>13</sup> Стиглиц Дж.Ю. Экономика государственного сектора. Москва, 1997.

<sup>14</sup> Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации в Национальном стандарте РФ ГОСТ Р 52143-2013 "Социальное обслуживание населения. Основные виды социальных услуг". URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200107237>.

<sup>15</sup> Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации : федер. закон от 28 дек. 2013 г. № 442.

<sup>16</sup> Думназев Д.А. Негосударственный некоммерческий сектор и его место в производстве социальных услуг // Изв. Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2013. № 1 (79). С. 94-96.

<sup>17</sup> Экономика культуры / отв. ред. А.Я. Рубинштейн. Москва, 2005. С. 143-147.

<sup>18</sup> Терещенко Л.К. Услуги: государственные, публичные, социальные // Журнал российского права. 2004. № 10. С. 15-23.

<sup>19</sup> Величкина Е.А. О понятиях государственных, муниципальных, публичных и социальных услуг // Современное право. 2008. № 5. С. 50-54.

<sup>20</sup> Бурменко Т.Д. Социальные услуги как атрибут социального государства // Baikal Research Journal. 2012. № 6. URL: <http://elibrary.ru/download/69247567.pdf>.

<sup>21</sup> Кузьминов Я., Бендукидзе К., Юдкевич М. Как наука о рынках становится наукой об обществе // Вопросы экономики. 2005. № 12. С. 63-81.

<sup>22</sup> Петров А.Н., Карпова Г.А., Хорева Л.В. Концептуализация подходов к формированию целостной теории услуг // Изв. Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2012. № 1. С. 40-50.

Поступила в редакцию 04.09.2015 г.