



А.Н. ПЕТРОВ, Г.А. КАРПОВА, Л.В. ХОРЕВА

*Александр Николаевич ПЕТРОВ* — заслуженный деятель науки Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления и планирования социально-экономических процессов им. Заслуженного деятеля науки РФ Ю.А. Лаврикова, проректор по внутривузовской координации и экономическому развитию СПбГУЭФ.

Окончил с отличием ЛФЭИ им. Н.А. Вознесенского в 1976 г.

Автор более 200 научных и учебно-методических работ.

Лауреат премии им. Н.Г. Небольсина.

Сфера научных интересов — управление, планирование, прогнозирование в социально-экономических системах.

*Галина Алексеевна КАРПОВА* — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики и управления социальной сферой СПбГУЭФ, первый вице-президент Национальной академии туризма.

Автор более 120 работ, опубликованных в российских и зарубежных научных изданиях, в том числе монографии «Туризм как объект управления».

Сфера научных интересов — экономика и управление в сфере услуг, экономика и управление туристской деятельностью, рекреационная сфера.



*Любовь Викторовна ХОРЕВА* — доктор экономических наук, профессор, заместитель заведующего кафедрой экономики и управления социальной сферой СПбГУЭФ, действительный член Национальной академии туризма.

Автор более 110 научных работ.

Сфера научных интересов — экономика и управление в сфере услуг, международная торговля услугами, экономика туризма, культуры и образования.



## КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ К ФОРМИРОВАНИЮ ЦЕЛОСТНОЙ ТЕОРИИ УСЛУГ

**Предпосылки концептуализации теории услуг.** Одной из ключевых характеристик постиндустриального общества является сервисизация экономики, т. е. беспрецедентное возрастание роли сферы услуг как результата и фактора производства. Именно услуги становятся главным продуктом труда и объектом потребления. Резкое возрастание роли сервисных отраслей в общей структуре хозяйства знаменует переход от индустриальной стадии развития общества к следующей, если не более «высокой», но отличной от предыдущего этапа, постиндустриальной стадии развития. Переход к преобладанию сервисных отраслей в мире начался в середине 1950-х гг., когда, в частности, в США число работников сферы услуг превысило число занятых в материальном производстве. С этого времени сфера услуг начинает развиваться ускоренными темпами, значительно опережая по доле в национальном продукте первичный и вторичный сектора экономики. Показателем развития сферы услуг выступает также неуклонный рост числа занятых в сервисных отраслях. В среднем доля общей численности занятых в секторе услуг в странах с развитой экономикой колеблется на уровне 80 % [9, с. 45], в нашей стране в 2009 г. доля работающих в данном секторе экономики составляла более 70 % в общей численности занятых [23, с. 138, 142].

Классик постиндустриальной теории Д. Белл указывал, что «постиндустриальное общество основано на услугах»... Если индустриальное общество определяется через количество товаров, обозначающее уровень жизни, то постиндустриальное общество определяется качеством жизни, измеряемым услугами и различными удобствами — здравоохранением, образованием, отдыхом и культурой, — которые становятся желанными для каждого» [4, с. 171]. Этот тезис, разделяемый сегодня практически всеми исследователями, может быть легко подкреплен фактическими данными об изменении соотношения доли «услуг» и «традиционных товаров» в ВВП в наиболее развитых странах, которые первыми вступили на путь постиндустриального развития (см. табл. 1).

Таблица 1

### Доля отраслей сферы услуг в валовом внутреннем продукте развитых зарубежных стран и удельная доля городского населения в ряде стран мира, %

Страна	Доля отраслей услуг в ВВП, в %			
	1988	1998	2003	2008
США	71,8	76,0	77,3	81,6
Великобритания	71,7	73,4	74,0	80,5
Франция	71,3	86,8	73,3	82,7
Германия	65,1	70,1	70,2	73,9
Италия	66,3	70,8	71,0	76,9
Швеция	77,4	75,3	72,7	75,5
Япония	61,1	66,7	68,5	75,6
Россия	—	—	56,9	69,1

*Рассчитано по:* [38 р. 30–31; 36; 22, с. 84].

В России доля услуг в ВВП, по данным официальной статистики, впервые превысила долю товаров в 1994 г., а в 2010 г. составила 66 % против 32 % в 1989 г. [21; 18, с. 131].

При этом в докризисный период темпы роста услуг в среднем были выше, чем темпы роста добывающих и обрабатывающих отраслей промышленности (см. табл. 2).

Таблица 2

**Динамика объема валовой добавленной стоимости по видам экономической деятельности  
в 2003–2010 гг., в % к предыдущему году**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Валовой внутренний продукт в рыночных ценах	107,3	107,2	106,4	108,2	108,5	105,2	92,2	104,0
<i>Сельское хозяйство и промышленность:</i>								
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	98,2	101,0	100,3	102,7	101,3	106,4	101,3	89,3
Рыболовство, рыбоводство	101,7	102,5	89,1	104,0	99,1	94,2	105,5	96,1
Добыча полезных ископаемых	110,8	113,3	101,5	97,1	97,8	101,0	100,5	104,7
Обрабатывающие производства	108,8	108,1	104,4	106,6	107,5	97,9	85,1	112,3
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	100,9	107,9	100,9	104,5	96,6	100,7	95,0	105,5
<i>Услуги:</i>								
Строительство	112,7	109,9	110,2	112,8	113,0	111,1	85,4	99,3
Оптовая и розничная торговля; ремонт бытовых изделий	113,3	110,2	109,1	114,1	111,7	109,9	93,8	105,0
Гостиницы и рестораны	101,6	105,7	109,3	107,9	113,6	110,1	85,1	102,2
Транспорт и связь	107,2	105,9	105,9	109,7	104,8	105,2	91,5	107,7
Финансовая деятельность	129,0	114,7	129,2	125,4	129,1	113,5	102,2	97,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	102,8	96,4	112,0	110,0	120,8	110,9	92,8	98,8

Окончание таблицы 2

Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	101,3	104,6	94,6	102,5	103,9	103,0	101,1	103,9
Образование	101,2	100,3	100,3	100,5	101,1	99,9	98,6	98,1
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	96,8	101,0	101,7	101,4	101,1	100,9	99,8	101,3
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	100,8	106,3	102,9	107,5	108,6	101,4	80,5	94,5

Ист.: [18, с. 197].

Рост доли услуг в ВВП развитых стран стимулирует, в том числе, и быстрый рост объема международной торговли услугами. В ходе опережающего роста производства услуг на протяжении большей части прошлого века их участие в системе международной торговли увеличивалось, хотя в сравнении с товарными потоками оставалось довольно скромным. В период с 1990 по 2002 г. мировой экспорт товаров в среднем рос на 5 % в год, экспорт услуг — на 6 % в год [30, с. 74]. В результате, в 2008 г. экспорт услуг в мире по отношению к экспорту товаров составлял, согласно данным международной статистики, примерно 10 %, при этом прирост объема международной торговли услугами в 2000–2008 гг. составил 13,6 %, что, однако, ниже прироста экспорта товаров за тот же период (см. табл. 3).

Таблица 3

**Динамика мирового экспорта товаров и услуг в 2000–2008 гг.**

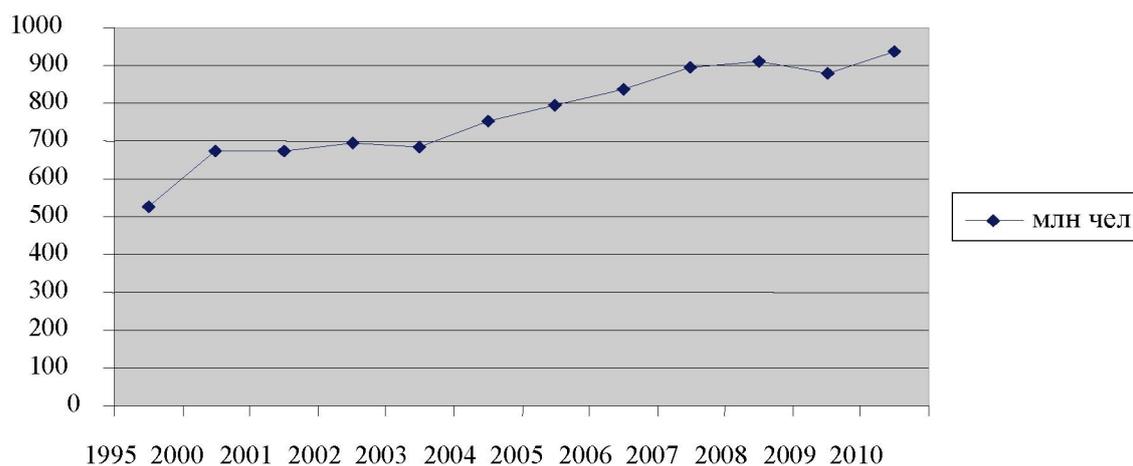
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2000–2008
Всего экспорт товаров и услуг, в т.ч.:	3,9	7,6	15,2	29,7	30,7	23,7	22,8	26,4	19,6
товары	4,2	7,7	16,3	31,0	33,6	24,6	22,5	27,3	20,5
услуги	2,5	6,9	8,4	21,7	10,1	16,3	25,9	18,7	13,6

Ист.: [35].

В глобальной экономике ускоренными темпами развиваются транснациональные корпорации в сфере услуг, в частности банковских, страховых, консультационных, гостиничных, ресторанных, туристских, торговых, информационно-коммуникационных и многих других. На международном рынке услуг сегодня, по оценкам Всемирной торговой организации (ВТО), примерно треть — это услуги «индустрии путешествий» (travel), что создает условия и стимулирует создание и развитие ТНК в этой сфере.

Туризм является одним из ключевых направлений развития сферы услуг многих стран мира. По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО), наблюдается постоянный рост числа туристов в мире: по сравнению с 1995 г. этот рост составил почти 100 % (с 528 млн в 1995 г. до 935 млн туристов в 2010 г.) (см. рис. 1).

Следует отметить, что определенные коррективы в позитивную динамику внес начавшийся в 2008 г. мировой финансово-экономический кризис. Кризис затронул в целом и производство, и международную торговлю услугами. Спрос в большей мере упал в секторах услуг, чувствительных к доходам, включая финансовые услуги, строительство, розничную торговлю и туризм. В 2009 г. экспорт услуг, по разным оценкам, сократился на 20–25 % по сравнению с 2008 г. [10] Согласно статистическим данным ВТО в 2009 г. экспорт и импорт в секторе коммерческих услуг снизился по сравнению с 2008 г. (когда еще наблюдался рост) на 12 %. Отметим, что к секторам коммерческих услуг относятся транспорт, туризм и другие виды услуг (в статистических сборниках ВТО данные услуги не дифференцируются, хотя и составляют сегодня значительную часть мировой торговли — более 50 % от всех коммерческих услуг).



Ист.: [39].

Рис. 1. Общее количество туристских прибытий в 1995–2010 гг.

Особенно заметное падение экспортно-импортных операций произошло в сфере транспорта, где по сравнению с 2008 г. оно составило около 20 %, в то время как объем торговли услугами туризма хотя и сократился, но меньше, чем в среднем по сектору коммерческих услуг, — экспорт снизился менее чем на 9 % (или на 80 млрд долл.), импорт — на 7 % (на 60 млрд долл.) (см. табл. 4).

Россия в международной торговле услугами пока занимает далеко не ведущее место. Так, если объем торговли услугами стран ЕС в 2003 г. достиг почти 800 млрд долл., в США — 288 млрд долл., то в России — только 16 млрд долл., или около 1 % мирового объема торговли в сфере услуг, импорт услуг в России составил около 1,5 % в общем объеме мирового импорта услуг.

Отметим, что, начиная с 1993 г., когда статья «услуги» появилась в платежном балансе, Россия остается их нетто-импортером. Данные о внешней торговле услугами в первом полугодии 2011 г., опубликованные Центральным банком России, подтверждают эту тенденцию: дефицит торговли услугами уменьшил положительное сальдо внешней торговли на 15,4 млрд долл. При этом традиционно основной отрицательного сальдо внешней торговли услугами в РФ является импорт туризма (–9,3 млрд долл. в январе–июне 2011 г.) [12].

Таблица 4

## Международная торговля в секторе коммерческих услуг в 2008–2009 гг.

	2008		2009		2009–2008
	млрд долл.	%	млрд долл.	%	%
Экспорт, всего	3780	100,0	3350	100,0	– 11,4
Транспортные услуги	890	23,6	700	20,9	– 21,3
Туризм	950	25,2	870	26,0	– 8,4
Прочие коммерческие услуги	1935	51,2	1780	53,1	– 8,0
Импорт, всего	3490	100,0	3145	100,0	– 9,9
Транспортные услуги	1045	29,9	835	26,6	– 20,1
Туризм	850	24,4	790	25,1	– 7,1
Прочие коммерческие услуги	1595	45,7	1520	48,3	– 4,7

Рассчитано по: [35].

**Возможные направления концептуализации.** Услуга как достаточно сложное общественное явление выступает объектом изучения разнообразных наук: экономики, маркетинга, менеджмента, социологии, права, информатики, психологии и др. В рамках исследовательских парадигм, каждая из которых актуализирует отдельные аспекты услуги, наиболее значимые для той или иной научной области, разрабатываются принципы и технологии взаимодействия производителя и потребителя услуги, выявляются эффективные механизмы такого взаимодействия. В то же время следует отметить, что до сих пор не существует завершенной теории услуг, которая систематизировала бы имеющиеся методологические и практические подходы к изучению и управлению данной сферой. Речь, скорее, идет о ряде теоретических положений, освещающих данный феномен с разных точек зрения.

Наличие целостной теории услуг помогло бы решить не только теоретико-методологические проблемы данной области, но и многие практические вопросы, обусловленные особенностью услуги как товара. Эти особенности зачастую не позволяют применять к сфере услуг нормативные правовые документы, которые с успехом используются для регулирования товарно-денежных отношений на рынках ошестественных (традиционных) товаров. Кроме того, социальная политика любого государства реализуется через предоставление социальных услуг населению в зависимости от принятых в обществе представлений о справедливости и уровня ответственности общества за воспроизводство будущих поколений. Такого рода услуги выведены из рыночных отношений, что не снимает задачи определения условий повышения эффективности использования ресурсов для их производства. В связи с этим представляется актуальной разработка концептуальных основ теории услуг, в частности теории социальных услуг, которая могла бы стать объединяющим началом исследований в разных предметных областях и, в том числе, базой для разработки эффективных механизмов управления сферой услуг. Мы сосредоточим свое внимание на концептуальных основах построения теории услуг.

На основе анализа современных дискуссий можно сделать вывод о наличии отдельных, зачастую достаточно хорошо проработанных, но самостоятельных и слабо коррелирующих между собой элементов такой теории. В рамках целостной теории услуг, с нашей точки зрения, должны взаимосвязанно рассматриваться следующие аспекты.

1. Прежде всего, это сущность услуги как продукта человеческой деятельности и как товара на разных рынках, особенности услуги и динамика изменения этих свойств с изменением технологии производства в целом и производства услуг в частности. Важным является и терминологическое уточнение данного понятия, так как один и тот же термин «услуга» используется в разных предметных областях в различных смыслах. Кроме того, наблюдается терминологическая путаница при использовании таких дефиниций, как «услуга», «сервис», «сервисная деятельность», «работа», и ряда других, использование которых в российской и зарубежной литературе может существенно различаться, что также требует пояснений и уточнений.

2. Существующие в настоящее время классификации в сфере услуг требуют дальнейшего уточнения и систематизации, что обуславливает важность выделения в теории услуг направления, посвященного развернутой классификации с определением главных и второстепенных критериев. На основе полученных критериев возможны проведение типологизации услуг, а также поиск общих подходов

к классификации услуг в разных предметных областях с акцентом на социальную значимость тех или иных видов услуг.

3. Следующим важным вопросом является изучение технологических особенностей производства услуг, взаимосвязь услуг и овеществленных товаров, изменение соотношения в технологических процессах вещественных (овеществленные товары) и неовещественных (услуги) продуктов, отраслевые особенности доли в конечном продукте собственно услуг или овеществленных товаров. Подобные вопросы невозможно решить без конкретизации представления об услуге в различных социально-экономических контекстах, таких как специфика технологии производства услуги, особенности жизненного цикла услуги. Ресурсная составляющая такого производства и целевая установка непосредственно определяют систему менеджмента и маркетинга в сфере услуг. Вопросы менеджмента и маркетинга в сфере услуг сегодня могут считаться наиболее разработанными, что определяется достаточно сильной востребованностью практических решений для реального бизнеса, развитие которого во всем мире идет быстрыми темпами. В то же время требуются дальнейшие усилия по разработке адекватных приемов менеджмента для некоммерческих организаций, производящих услуги.

4. Технологические особенности производства услуг непосредственно взаимосвязаны с проблемами формирования и установления систем стандартизации в сфере услуг. Вопросы унификации, стандартизации и сертификации применительно к услугам можно отнести к одним из наиболее сложных для разработки, но весьма важных компонентов теории услуг. В современных публикациях, посвященных услугам, много внимания уделяется управлению качеством, приводятся модели качества услуг, описываются этапы измерения качества с использованием различных методик, однако до сих пор остается актуальным поиск ответа на вопрос: «Что такое качество услуги, которая обладает родовым свойством непостоянства качества?» К сожалению, и специалисты в области качества, например менеджмента качества, не только не формулируют четкого определения качества услуг, но и саму категорию услуги помещают в список рядом с продукцией, программными средствами и используемыми материалами (ИСО 9000:2000) [см., напр.: 27; 20].

5. Обязательным элементом теории услуг должно стать изучение экономических основ и особенностей их производства, предоставления и потребления, в том числе в рамках смешанной экономики. Наличие предприятий и организаций разных форм собственности, организационно-правовых форм; функционирование предприятий и организаций, относящихся к различным секторам экономики — общественному (государственному и муниципальному), коммерческому и негосударственному некоммерческому, — требует разработки дифференцированных подходов к постановке целей и определению стратегии их деятельности, формированию источников ресурсного обеспечения деятельности, построению критериев эффективности функционирования, обеспечению адекватной кадровой политики и созданию системы отношений с внешними участниками процесса производства услуг.

6. В рамках искомой теории необходимо исследование значения услуг в социальной политике государства, поскольку именно услуги, а точнее социальные услуги, выполняют ключевую роль в воспроизводстве человека во всех его основных социальных ролях. В связи с этим важными являются определение возможных сфер ответственности разных субъектов экономической деятельности за предоставление тех или иных услуг, изучение экономических механизмов создания заинтересованности в производстве социально значимых услуг у негосударственных субъектов в рамках приоритетов и программ социальной политики. Следует отметить, что исследование социальной политики государства как отдельной сферы экономической деятельности в настоящее время является достаточно разработанным научным направлением как у нас в стране, так и за рубежом [37], но роль социальных услуг в контексте социальной политики артикулирована еще недостаточно. С практической точки зрения это направление исследований приобретает особое значение в свете проводимой сегодня в России реструктуризации бюджетного сектора и реформы государственных финансов.

7. Непосредственно с рассмотрением роли услуг в системе программ социальной политики коррелируют такие категории, как «государственная/муниципальная услуга», которые появились в последнее время и зафиксированы в ряде законодательных актов Российской Федерации [5]. Однако требует серьезного теоретического осмысления место государственных услуг в структуре социальных и бюджетных услуг, а также в системе социальной защиты и социального обеспечения населения. Безусловно, теория услуг также не может оставить без внимания данный аспект социальных гарантий государства. Важными направлениями рассмотрения данного аспекта могли бы стать построение перечня

и стандартов государственных услуг, определение исполнителей государственных услуг и систем финансирования данных услуг, систематизация реципиентов услуг, разработка методов, обеспечивающих результативность государственных программ предоставления социальных услуг населению.

8. Важной частью теории услуг должен стать и такой неотъемлемый компонент функционирования этой сферы, как финансовый механизм обеспечения производства услуг в целом, и в том числе особенности финансирования гарантированных государством социальных услуг населению в области образования, здравоохранения, социального обеспечения, культуры и в ряде других отраслей. В данном контексте новое звучание приобретает теория общественного блага, которая, по мнению многих авторов, требует пересмотра и адаптации к современным условиям функционирования общества в рамках изменения парадигмы «социального государства» в сторону либерализации ее основных концептов [24; 31].

9. Самостоятельное значение имеет и формирование методологических основ международной торговли услугами и международного сотрудничества в сфере услуг. Данное направление мало разработано и в теоретическом и в прикладном аспектах, что вызывает в конечном счете существенные проблемы в области создания и применения адекватных механизмов регулирования международных отношений в сфере услуг. Первые серьезные попытки разработки механизмов регулирования международной торговли услугами были предприняты в рамках Генерального соглашения по торговле услугами (вступило в силу с 01.01.1995 г.) [34], одного из трех ключевых правовых документов Всемирной торговой организации. Вопросы дальнейшего теоретического осмысления экономических и правовых основ международных отношений в сфере услуг становятся все более существенными в рамках процесса глобализации.

10. Важным направлением изучения услуг является отраслевое многообразие данной сферы деятельности, что требует включения отраслевого аспекта анализа в общую концепцию. Не следует забывать, что специфика отрасли определяет такие важные стороны производства услуг, как технологический процесс, цели деятельности, ресурсы и источники финансирования, кадровая политика, сегмент потребителей, приемы менеджмента и концепции маркетинга, особенности продвижения и коммуникации, а зачастую и форма собственности. Можно говорить, что при наличии значительного количества типичных свойств, присущих организациям и предприятиям сферы услуг, их отраслевая принадлежность является одним из основных дифференцирующих факторов, влияющих на характер деятельности в целом.

11. В рамках общей теории необходимо рассмотрение услуг как юридических объектов. Услуге как объекту гражданских прав посвящено очень много научных работ, однако до сих пор у ученых нет согласия в том, чем отличается работа от услуги и в чем особенность каждой из них как объектов гражданских прав [19; 26]. Не утихают дискуссии по поводу того, что является результатом услуги. Данный вопрос имеет не только теоретическое значение, его разрешение может серьезно повлиять на практику, так как от него зависят виды договоров на оказание услуг. Кроме того, формирование единой точки зрения на трактовку понятий «работа» и «услуга» позволит облегчить решение вопросов бухгалтерского учета и налогообложения в сфере услуг.

Мы очень кратко перечислили основные концептуальные направления, которые могли бы быть включены в общую теорию услуг. Каждый из выделенных аспектов требует отдельного рассмотрения и анализа накопленного опыта исследований. Безусловно, нельзя говорить о полном отсутствии фундаментальных работ, посвященных сфере услуг. И зарубежные, и отечественные ученые активно занимаются данными вопросами. Это и теоретические изыскания в области постиндустриальной парадигмы, и более прикладные исследования в сфере маркетинга и менеджмента в сфере услуг [17; 8; 3; 14]. Рассматриваются особенности экономики и управления отдельными отраслями сферы услуг [6; 7; 15]. Большой интерес к данной проблематике проявляют зарубежные исследователи, ряд работ которых переведен на русский язык [15].

Однако, несмотря на всевозрастающий интерес к данной проблематике, не только не создана целостная теория услуг, но до сих пор отсутствует единое мнение по разным аспектам управления сферой услуг; нет единства и на уровне терминологического поля, описывающего данную сферу. Можно говорить, что наибольшее развитие получили проблемы менеджмента и маркетинга услуг, качества услуг, а также изучение особенностей международной торговли услугами [32; 33; 11; 25; 13].

С нашей точки зрения, объектом экономической теории услуг должна стать услуга, рассматриваемая как специфический товар и объект экономической деятельности, обладающий особыми свойствами, отличающими ее от традиционных (овеществленных товаров). Предметом же — весь комплекс экономических, управленческих, организационных, финансовых, социальных отношений, возникающих в процессе производства, распространения и потребления услуги. Субъектами, участвующими в этом процессе, должны выступать как физические, так и юридические лица (различных форм собственности), участвующие во всем многообразии взаимосвязей, возникающих в процессе социально-экономических отношений в сфере услуг.

**Подходы к концептуализации теории социальных услуг.** Построение развернутой теории является задачей междисциплинарного исследования. В данной статье мы хотим рассмотреть только один из аспектов и предложить новый взгляд на социальные услуги как объект управленческого воздействия. Социальная услуга во многих работах рассматривается как прерогатива служб социальной защиты населения. В Федеральном законе «Об основах социального обслуживания населения в Российской Федерации» дается следующее определение: «Социальные услуги — действия по оказанию клиенту социальной службы помощи, предусмотренной настоящим Федеральным законом» [28], что заметно сужает представление о такого рода услугах. В то же время в современных публикациях можно встретить и расширительные толкования, например такие: «социальная услуга — действие (комплекс действий, деятельности), направленное на удовлетворение потребностей физического лица и/или группы, не влекущее возникновения материального вещественного результата и ориентированное на повышение уровня жизни, благосостояния и жизнеобеспечения» [2] или: «социальные услуги нацелены на удовлетворение потребностей людей в тех товарах, качествах и функциях, которые необходимы им, такие как финансовые, почтовые, рекреационные (поддержание здоровья, организация отдыха в общественно-массовых формах), образовательные, информационные и др.» [1, с. 80]. Понятно, что под такое определение попадает весь спектр услуг и их, скорее, нужно трактовать как персональные, поскольку из общей массы не вычлениются те, которые имеют действительно социальную направленность. Н.И. Ларионова в своей работе предлагает трактовать социальные услуги как чистые общественные блага, которые не являются предметом купли и продажи, что автор объясняет противоречием, заложенным во взаимодействии противоположных элементов системы рынка социальных услуг, находящихся во внутреннем единстве [16]. Такая трактовка социальных услуг создает предпосылки для расширения ответственности государства за их производство, что в условиях рыночной экономики не может быть признано целесообразным.

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 смешение понятий, поскольку данными отраслями не исчерпывается перечень всех отраслей этой сферы. Спектр услуг социальной сферы значительно шире перечня социальных услуг и включает такие, которые выходят за рамки социально значимых, а зачастую являются и социально неодобряемыми, что не мешает им оставаться услугами социальной сферы.

Мы предлагаем использовать новый комплексный подход к определению сущности социальной услуги, включающий три функциональных аспекта рассмотрения. В зависимости от контекста теоретической или управленческой задачи могут использоваться разные функциональные подходы, среди которых предлагаем выделять: расширительный, воспроизводственный и алармистский [29].

Первый подход — расширительный — предполагает отнесение к социальным услугам любых услуг, направленных на изменение социального статуса индивида в обществе, трудовом коллективе, неформальном общении и т. д. В рамках такого подхода задачи по производству социальных услуг не ограничиваются удовлетворением жизненно важных потребностей личности или общества в целом. Услуга может быть социальной, если связана с социальной адаптацией или реабилитацией, изменением служебного или профессионального статуса. В связи с этим важной характеристикой социальной услуги является ее коммуникативная составляющая, позволяющая наладить адекватные и эффективные отношения индивида с социумом.

В условиях нарастающей интенсификации общественной жизни коммуникативная составляющая становится неотъемлемой частью социальной услуги как некая инфраструктурная основа создания условий для социализации человека. Это, например, социальное имиджмейкерство, которое позволяет

не просто изменить социальный статус человека, но и сформировать отношение к нему в обществе, улучшить его взаимоотношения с другими людьми и т. д. В результате коммуникативная составляющая достаточно сильно трансформирует саму сущность социальной услуги, помещая ее в широкий общественный контекст.

Еще одной неотъемлемой частью социальных услуг в рамках расширительного подхода является обеспечение доступности информации как стратифицирующего фактора современного постиндустриального общества. Положение человека в обществе и его социальный статус во многом зависят от информации, которой он располагает и может пользоваться для достижения профессиональных и лично-бытовых целей. Наиболее высокий социальный статус в условиях глобализации присущ людям, обладающим максимальным доступом к разнообразным информационным источникам и современным средствам коммуникации. Информационная составляющая социальной услуги также расширяет трактовку данной дефиниции. В этом контексте дополнительное образование (формальное и неформальное), услуги которого все активнее предоставляются с использованием информационно-коммуникационных технологий, может быть отнесено к социальным услугам в расширительной трактовке этого понятия.

С точки зрения экономической теории при использовании расширительного подхода к социальным услугам существенным становится вопрос определения субъектов, заинтересованных в их производстве, источников финансирования услуг и критериев сегментирования рынка. В общем случае присутствует высокая степень диверсификации всех выделенных параметров. Однако, имея в виду то, что в конечном счете речь идет о формировании адекватного современному производству уровня человеческого капитала, государству не следует устраняться от регулирования процесса создания и потребления социальных услуг в обществе. В определенном смысле в рамках такого подхода социальные услуги могут быть расширены до услуг отраслей социальной сферы, хотя ряд осуждаемых обществом видов услуг социальной сферы могут быть отнесены скорее к антисоциальным (игорный бизнес, проституция и т. п.).

Второй подход — сугубо воспроизводственный, связанный с удовлетворением жизненно важных, первостепенных потребностей населения, которые необходимы для социального воспроизводства социума (простого или расширенного). Здесь речь идет, главным образом, о таких отраслях социальной сферы, как среднее образование, здравоохранение, социальное обеспечение, культура, жилищно-коммунальное хозяйство.

В то же время следует понимать, что ряд потребностей, которые ранее не относились к категории первостепенных, сегодня приобретают все более важное значение не только в расширенном, но даже в простом воспроизводстве индивида. Это, в частности, относится к услугам информационно-телекоммуникационного комплекса, потребность в которых переходит из разряда дополнительных потребностей высшего уровня и попадает в категорию первоочередных и насущных. Это следует учитывать при формировании программ социальных гарантий со стороны государства. В данном контексте особое значение приобретают программы внедрения электронных услуг и сервисов и вовлечение граждан в процесс создания электронного правительства.

Потребителем подобных услуг является практически все население, но объем получаемых за счет государства социальных услуг ограничен и дифференцирован для разных категорий по уровню доступности и платности. Ключевым субъектом, ответственным за производство социальных услуг в рамках воспроизводственного подхода, остается общественный сектор, хотя он постепенно из непосредственного производителя услуг становится заказчиком и передает функции по их созданию иным субъектам экономической деятельности: коммерческому и негосударственному некоммерческому секторам.

Третий подход можно назвать алармистским. Это наиболее суженный и, если можно так выразиться, социально ответственный подход. В рамках такого подхода под социальными следует понимать только те услуги, которые предоставляются населению по программам социальной защиты, социального обеспечения и социального страхования, сюда же включаются программы пенсионного обеспечения разных категорий граждан.

При данном подходе социальная услуга — это действия по оказанию помощи гражданину, направленные на преодоление экстремальной жизненной ситуации, которую он не может преодолеть самостоятельно. Система организаций и учреждений, занятых предоставлением алармистски ориентированной услуги, дифференцирована по отраслевому признаку, они могут относиться к разным сек-

торам экономики, однако их целевые установки формулируются в рамках социальной политики государства, реализуемой на разных уровнях. Определение минимального перечня и нормативов социальных услуг — прерогатива государства. Социальная услуга предоставляется только тогда, когда человек находится в экстремальной жизненной ситуации. Такие услуги позволяют сохранить социальный статус не ниже минимально допустимого в соответствии с государственными программами поддержки. Использование алармистского подхода к производству социальных услуг направлено на минимизацию социальных рисков, взрывов, потрясений.

Предложенная нами система взаимодополняющих друг друга подходов к изучению сущности социальных услуг — расширительного, воспроизводственного и алармистского — позволяет по-новому посмотреть на услугу с точки зрения осмысления ее места в экономической теории.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Аванесова Г.А.* Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М.: АспектПресс, 2004.
2. Аналитическая записка по результатам мозгового штурма «Вклад НКО в решение социальных проблем в России. Развитие социальных услуг». URL: <http://www.dauria.chita.ru/resources> (2004 г.).
3. *Балаева О.Н., Предводителева М.Д.* Управление организациями сферы услуг. М., 2010.
4. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М., 1999.
5. Бюджетный кодекс Российской Федерации (с изменениями на 6 октября 2011 г.). Гл. 2. Ст. 7.
6. *Василенко Н.В.* Управление образованием: институциональный подход. СПб.: ГОУ ИПК СПО, 2009.
7. *Галкин В.В.* Экономика спорта и спортивный бизнес. М.: КноРус, 2009.
8. *Гордин В.Э., Сущинская М.Д.* Менеджмент и маркетинг в сфере услуг. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005.
9. Группа восьми в цифрах. 2009: стат. сб. / Росстат. М., 2009.
10. *Дюмулен И.И.* Международная торговля 2007–2010 гг.: некоторые уроки глобального экономического кризиса // Российский внешнеэкономический вестник. 2010. № 7. С. 1–8.
11. *Дюмулен И.И.* Международная торговля услугами. М.: Экономика, 2003.
12. Коммерсантъ. 2011. № 208 (4749). URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1811234>
13. *Коновалова Д.И.* Международная торговля услугами: основные тенденции и проблемы развития. М.: МГИМО-Университет, 2009.
14. *Котлер Ф.* Маркетинг культуры и искусства. СПб.: АртПресс, 2004.
15. *Лавлок К.* Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. М.: Вильямс, 2005.
16. *Ларионова Н.И.* Институционализация рынка социальных услуг. Йошкар-Ола: МарГТУ, 2010.
17. *Маркова В.Д.* Маркетинг в сфере услуг. М.: Финансы и статистика, 1996.
18. Национальные счета России в 2003–2010 гг. 2011: стат. сб. / Росстат. М., 2011.
19. *Нестеров А.В.* Понятие услуги государственной, общественной (социальной) и публичной. URL: <http://72.14.203.104/search>
20. *Окрепилов В.В., Квинт В.Л.* Роль качества в зарождении и развитии глобального формирующегося рынка. СПб.: Изд-во СПбУУЭ, 2011.
21. Основные показатели системы национальных счетов. 2005 г. URL: <http://www.gks.ru>
22. Россия и страны мира. 2010: стат. сб. / Росстат. М., 2010.
23. Российский статистический ежегодник. 2010: стат. сб. / Росстат. М., 2010.
24. *Рубинштейн А.Я.* Структура и эволюция социального интереса. М.: ИСЭПРЕСС, 2002.
25. *Седов К.Б.* Международная коммерческая деятельность в сфере услуг и интересы России. М.: Экономика, 2006.
26. *Субботин Г.В.* Социальная услуга как проблема общей теории государства и права // Адвокат. 2011. № 2. С. 52–59.
27. Управление качеством услуг / под ред. Е.А. Горбашко. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002.
28. Федеральный закон от 10 декабря 1995 г. № 195-ФЗ «Об основах социального обслуживания населения в Российской Федерации» (с изменениями от 10, 25 июля 2002 г., 10 января 2003 г., 22 августа 2004 г.).
29. *Хорева Л.В.* Сфера социальных услуг: формирование и направления регулирования. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006.
30. *Щербанин Ю.А.* Мировая экономика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
31. Экономика культуры / отв. ред. А.Я. Рубинштейн. М.: Слово, 2005.
32. A Handbook of International Trade in Services / ed. by A. Mattoo, M. Robert, R.M. Stern, Zanini G. New York: Oxford University Press, 2008.

33. *Diebold N.F., Renggli F.* Non-Discrimination in International Trade in Services. Switzerland, 2010.
34. General Agreement on Trade in Services. URL: <http://www.wto.org/english/tratop>
35. International Trade Statistics. 2010. Table III.1. World trade in commercial services by category, 2010. URL: <http://www.wto.org>
36. OECD in Figures — 2009. Paris, 2009. URL: <http://www.scribd.com/doc/33241966/OECD-in-Figures-2009>
37. Pro et Contra. Человек в социальном государстве. 2001. Т. 6. № 3.
38. Services: Statistics on Value Added and Employment, OECD. Paris, 2000. URL: <http://www.oecd.org/publications/figures/Index.htm>
39. UNVTO World Tourism Barometer. 2011. January. URL: <http://www.unwto.org>