

УДК 334

Р. Ф. Ананина

Сибирский федеральный университет, Красноярск, e-mail: anriani88@yandex.ru

СВОЙСТВА УСЛУГ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ С УЧЕТОМ КООПЕРАЦИОННО-СЕТЕВЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ

Ключевые слова: кооперационно-сетевые взаимодействия, обмениваемость, свойства услуг, совместность, услуги совместного использования.

Рассматриваются и дополняются свойства услуг с учетом кооперационно-сетевых взаимодействий в экономике: наряду с общепринятыми свойствами выделяются дополнительные с подробным описанием и статистическими данными по динамике развития. Особенности выявленных свойств услуг отражают актуальное состояние данной сферы с учетом появления их новых видов, а также мировых тенденций развития и их влияния на российскую сферу услуг. Выявлена общая характеристика классификаторов услуг, что позволило дополнить существующие направления классификации новыми видами – услуги совместного использования, которые являются составной частью кооперационно-сетевых взаимодействий. Проведено исследование видов услуг совместного использования в российской экономике, а также обработаны общедоступные источники информации, по которым велось исследование: официальные данные, нормативно-правовая база, отчеты исследовательских центров, специализирующихся на кооперационно-сетевых взаимодействиях. Выявление видов услуг совместного использования стало основой для определения их отличительных преимуществ, главным из которых являлась экономия расходов потребителей, а также для установки значимости ресурсного подхода при осуществлении кооперационно-сетевых взаимодействий. Результатом исследования стали рекомендации по совершенствованию существующих классификаторов услуг, а также обозначение роли услуг в экономике.

R. F. Ananina

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, e-mail: anriani88@yandex.ru

PROPERTIES OF SERVICES AND THEIR CLASSIFICATION SUBJECT TO THE COOPERATIVE NETWORK OF INTERACTIONS

Keywords: cooperative-network interactions, exchange, properties of services, compatibility, services of joint use.

The properties of services are considered and supplemented taking into account the cooperation and network interactions in the economy: along with the generally accepted properties, additional ones with a detailed description and statistical data on the dynamics of development are allocated. Features of the identified properties of services reflect the current state of this sector, taking into account the emergence of new types, as well as global trends and their impact on the Russian service sector. Revealed General characteristics of the classifier of services, which allowed to complement the existing classification of new types of services, joint use, which are an integral part of the cooperative network of interactions. The study of types of sharing services in the Russian economy, as well as processed public sources of information on which the study was conducted: official data, legal framework, reports of research centers specializing in cooperative network interactions. The identification of types of shared services became the basis for determining their distinctive advantages, the main of which was the cost savings of consumers, as well as to establish the importance of the resource approach in the implementation of cooperative network interactions. The study resulted in recommendations for improving the existing classifiers of services, as well as the designation of the role of services in the economy.

Введение

Рынок услуг в России начал развиваться с середины 90-х годов, что послужило появлению интереса к сфере услуг у отечественных ученых, подтверждаемого изданными в те годы монографиями [4]

и обуславливалось социальными изменениями, трансформациями стиля жизни, зарождением маркетинга услуг, структурно-технологической перестройкой экономики в целом. Так, в 1990 г. объем платных услуг населению составил 44 млрд руб.,

а спустя 10 лет 602755 млрд руб., увеличиваясь ежегодно к 2017 г. на 0,7–6,3% [5]. Увеличение темпов роста рынка услуг происходит с неизбежным появлением новых видов услуг, которые являются малоизученными и проанализированными с точки зрения их влияния на экономику в целом, что обуславливает актуальность их исследования.

В этой связи целью исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию современных классификаций услуг с учетом нового вида экономики и взаимодействий.

Материалами для исследования послужили общедоступные источники информации: официальные данные, нормативно-правовая база, отчеты исследовательских центров, специализирующихся на кооперационно-сетевых взаимодействиях.

Результаты исследования

Первооткрывателем понимания услуги стал Ж.Б. Сэй, который считал их средством обмена в структуре общественного производства: «Когда деньги плательщика идут на выдачу содержания какому-нибудь должностному лицу, то последнее, значит, продает свое время, свои способности, свой труд, которые потребляются на пользу общественную, и, в свою очередь, потребляет вместо плательщика налога ценность, полученную им в обмен на свои услуги, точно так же, как это сделал бы какой-нибудь приказчик или всякое другое лицо, нанятое плательщиком налога для соблюдения его частных интересов» [1].

С течением времени и развитием экономической мысли услуга трактовалась по-разному, но значительный вклад в ее определение внес Ф. Котлер, который наиболее полно охарактеризовал ее с точки зрения рыночной экономики: «...любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой, и которые в основном не осязаемы и не приводят к завладению чем-либо» [2]. Дальнейшее исследование сущности услуги позволило Ф. Котлеру выделить основные ее свойства:

1. Неосвязаемость – отсутствие осязаемой формы свидетельствует о том, что услугу нельзя транспортировать, упаковать, переносить.

2. Неотделимость от источника – услуга производится и потребляется в одном месте).

3. Непостоянство качества – зависимость качества услуги от производителя и места производства).

4. Несохраняемость – услугу нельзя сохранить для дальнейшего длительного использования [2].

С учетом развития информационных технологий и ускорения экономических процессов представленные свойства необходимо дополнить следующими:

5. Обмениваемость – возможность обмена услугами для достижения потребителями каких-либо целей. Например, рынок обмениваемых услуг стал активно развиваться в США с 2015 г., о чем свидетельствует увеличение доли людей, знакомых с услугами обмена с 47 до 83% в 2018 г.; количество пользователей одного портала по обмену услуг «Airbnb» в 2018 г. составил 33,9 млн. Зачастую услуги обмена предоставляются с использованием он-лайн платформы, где пользователи предоставляют доступ к услугам на ограниченный период, за который ее владельцы получают комиссионное вознаграждение: к наиболее распространенным категориям услуг обмена относят совместное использование дома, поездок и рабочих пространств. Дополнительно как самостоятельное, новое направление стали развиваться услуги по обмену временем, получившие название «Swap Your Time», по которым один потребитель может поменять свою услугу на другую: например, приготовить ужин в обмен на поездку куда-либо [6]. Услуги, которые возможно обменять в нашей стране размещаются на порталах Barter.ru, Nalvest.ru, Menau24.ru.

6. Совместность – возможность совместного использования одной услуги несколькими потребителями. Например, свойство совместности характерно для новых видов услуг, которые позволяют экономить затраты на покупку одной услуги одним потребителем таких как райдшеринг, коворкинг, каучсёрфинг и т. д. Например, сервис Uber позволяет пользоваться одной и той же услугой нескольким пассажирам такси для поездки в пункт назначения, а культурное пространство «Каменка» предоставляет своим посетителям возможность

пользоваться одним рабочим офисом, сервисы по недвижимости дают возможность туристам совместно пользоваться услугами по размещению на территории одного дома и др. Отличительная черта свойства совместности – это наличие одной цели у потребителей и единого ресурса для ее достижения.

С учетом представленных свойств и анализа мнения ученых необходимо уточнить понимание сущности категории «услуга», которая определяется как деятельность и ее виды, предоставляемые другой стороне; результат деятельности: блага, выгоды, полезный эффект; результат и деятельность. Как считают Я.А. Балаганина, М.С. Кузьмин и О.А. Шипшова: «услуги отражают экономические отношения того способа производства, который господствует в обществе. Услуга проходит те же стадии в своем движении, как и продукт: производство, распределение, обмен и потребление» [7]. Тогда, необходимо понимать услуги как важный вид экономической деятельности, сформированные в единый рынок и оказывающий влияние на все стороны жизни общества.

Наибольший удельный вес в объеме платных услуг занимает в 2017 г. Центральный федеральный округ – 34,5%, так как охватывает самую густонаселенную территорию среди округов Российской Федерации (Приложение Б, В), затем Приволжский федеральный округ – 16,3%, Северо-Западный и Южный федеральные округа, которые имеют практически равные значения – по 10,3 и 10,9% соответственно. Распределение объема платных услуг по остальным округам в 2017 г. колеблется от 4,4 до 9,4%.

Анализ зависимости между распределением объема платных услуг по федеральным округам в 2017 г. и численностью населения, объемом среднедушевых доходов показал, что ранжирование по удельным весам не демонстрирует взаимосвязей в отличие от коэффициента корреляции, который составил 0,93 между объемом платных услуг и численностью населения и 0,52 с объемом доходов на душу населения. Тогда делаем вывод о том, что распределение объема платных услуг в 2017 г. по федеральным округам зависело на 93% от численности населения в данных исследуемых

территориях. Таким образом, чем больше численность населения на территории, тем выше объем потребляемых платных услуг в определенный период времени.

За период 2005–2017 гг. происходит существенный рост объема платных услуг на 6939711 млн руб.: на всем интервале исследования фиксируется преимущественно положительная динамика анализируемого показателя. Следует заметить, что объем розничной торговли товарами в 2017 г. составил 29813335 млн руб., что больше в 3,2 раза объема оказываемых платных услуг (табл. 3). Следовательно, делаем вывод о том, что рынок услуг в три раза меньше рынка товаров – это объясняется признаками неосязаемости и неотделимости от источника самой услуги. При этом, следует заметить, что рост информационных технологий может способствовать переходу части хозяйствующих субъектов с рынка товаров в рынок услуг или трансформации вида деятельности.

В нормативных документах применяется Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН), Всемирной торговой организации (ВТО), Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД), Международная стандартная отраслевая классификация с делением услуг на группы, подгруппы, которые, в свою очередь, подразделяются на виды деятельности по целевому функциональному назначению.

В ОКУН все услуги объединены в 13 основных групп, которые делятся на 50 подгрупп, 158 видов и более 1000 услуг, каждому объекту присвоен кодированный номер из шести цифровых десятичных знаков и контрольное число.

ОКУН включает следующие группы услуг населению: 01 – бытовые услуги; 02 – услуги грузового и пассажирского транспорта; 03 – услуги связи; 04 – жилищно-коммунальные услуги; 05 – услуги учреждений культуры; 06 – туристско-экскурсионные услуги; 07 – услуги физической культуры и спорта; 08 – медицинские, санаторно-оздоровительные услуги; 09 – правовые услуги; 10 – услуги банков; 11 – услуги в системе образования; 12 – услуги торговли и общественного питания; 13 – прочие услуги населению.

Таблица 1

Распределение объема платных услуг по федеральным округам в РФ с 2005 по 2017 гг., млн руб. (составлено автором по [5])

Наименование федерального округа	2005 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Уд. вес, %	Абс. отк-е 2017 г. к 2005 г.	Средне-годовой объем
Центральный	858524	1701293	1872211	2017122	2340150	2511429	2692079	2979150	3180229	34,5	2321705	2239131,9
Северо-Западный	250966	555961	621214	675511	734078	777256	826165	880570	944408	10,3	693442	696236,6
Южный	171113	415199	469854	523100	629607	714471	874205	938393	1004338	10,9	833225	637808,9
Северо-Кавказский	72494	192536	220309	243396	298488	333084	362076	378267	405398	4,4	332904	278449,8
Приволжский	363144	878027	988904	1075486	1213789	1303083	1368356	1425145	1504685	16,3	1141541	1124513,2
Уральский	183325	415871	481804	518674	586559	638071	688535	727807	779103	8,5	595778	557749,9
Сибирский	238750	483885	540864	598665	691354	730732	768602	811326	869154	9,4	630404	637036,9
Дальневосточный	133416	300711	345494	384884	433457	459395	470791	495618	524128	5,7	390712	394210,4
Всего	2271732	4943483	5540654	6036838	6927482	7467521	8050809	8636276	9211443	100,0	6939711	7336227,7

Таблица 2

Распределение удельных весов по показателям в разрезе федеральных округов за 2017 г., в % (составлено автором по [5])

Наименование федерального округа	Удельные веса по показателям, %					
	По объему платных услуг	Ранг	По численности населения	Ранг	По объему среднедушевых доходов	Ранг
Центральный	34,5	1	26,8	1	16,6	1
Северо-Западный	10,3	4	9,5	5	13,8	3
Южный	10,9	3	11,2	4	11	5
Северо-Кавказский	4,4	8	6,7	7	9,8	7
Приволжский	16,3	2	20,1	2	10,5	6
Уральский	8,5	6	8,4	6	13,4	4
Сибирский	9,4	5	13,1	3	9,8	8
Дальневосточный	5,7	7	4,2	8	15,1	2
Всего	100	x	100	x	100	x
Коэффициент корреляции	0,93	0,52				

Таблица 3

Распределение оборота розничной торговли по федеральным округам в РФ с 2005 по 2017 гг., млн руб. (составлено автором по [5])

Наименование федерального округа	2005 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Уд. вес, %	Абс. отк-е 2017 г. к 2005 г.	Средне-годовой объем
Центральный	2600705	5644616	6594386	7287582	8036407	9016551	9278380	9531830	10140136	34,0	7539431	8407784,2
Северо-Западный	674300	1544705	1743422	1967542	2147205	2383450	2600929	2742437	2922979	9,8	2248679	2330628,6
Южный	559263	1482638	1702429	1919622	2134592	2405182	2597810	2994484	3120255	10,5	2560992	2386364,2
Северо-Кавказский	251639	800289	948448	1091749	1209370	1340344	1503389	1538028	1620758	5,4	1369119	1297015,4
Приволжский	1190814	3002553	3469160	3913676	4377961	4851274	4879978	4977617	5219930	17,5	4029116	4434677,4
Уральский	656692	1611278	1840346	2065036	2302653	2435413	2484078	2475431	2555718	8,6	1899026	2258408,8
Сибирский	820481	1768915	2064138	2330901	2555024	2696933	2740454	2797008	2918494	9,8	2098013	2532263,4
Дальневосточный	287616	657054	742008	818417	922702	1043239	1188602	1248760	1315065	4,4	1027449	1027879,6
Всего	7041510	16512048	19104337	21394525	23685914	26172386	27273620	28305595	29813335	100,0	22771825	24675021,7

Согласно ОКВЭД существует несколько групп услуг: бытовые, транспортные, жилищные, коммунальные, связи, культурные, туристские, физической культуры и спорта, медицинские, системы образования и др.

К этой классификации некоторые авторы предлагают добавить деловые, экологические и аудиторские услуги. Таким образом, рынок услуг определяется теми услугами, которые на нем реализуются. Например, продавцы и покупатели шиномонтажных услуг, услуг по авторемонту и модернизации образуют рынок автоуслуг.

Существует несколько общепринятых классификаций услуг, которые являются схожими между собой, но при этом не отражают современных видов услуг, характеризующихся представленными выше свойствами – это обмениваемость и совместность. В этой связи, анализируемые классификации необходимо дополнить услугами совместного использования, под которыми мы понимаем совокупность услуг, оказываемых для какой-либо целевой аудитории (группы потребителей) через общий используемый ресурс.

Услуги совместного использования оказываются в условиях форм кооперационно-сетевых взаимодействий, к которым относятся совместные закупки, райдшеринг, коворкинг, каучсерфинг, краудсорсинг, краудфандинг и др.

Каждая форма имеет один общий ресурс, предоставляемый объединяющимся потребителям для достижения определенных целей (например, при райдшеринге целью является поездка в пункт назначения, а общим ресурсом – автомобиль). Основными преимуществами услуг совместного использования являются:

1. Экономия денежных средств по сравнению с аналогичными услугами у других производителей, не применяющих общих ресурсов, так как стоимость услуги разделяется между несколькими потребителями.

2. Удобство использования, так как существует виртуальный ресурс, позволяющий управлять собственным выбором для потребителя.

3. Возможность получения дополнительного дохода для владельцев общего ресурса.

Представленные преимущества услуг совместного использования дали им-

пульс к развитию экономики совместного использования (sharing economy) как целостного явления в современных условиях рыночной экономики с присущим явлением глобализации кооперационно-сетевых процессов взаимодействия. Так, объем транзакций на платформах экономики совместного использования в России в 2018 г. составил около 511 млрд руб. и возрос на 30% по сравнению с 2017 г. Основной вклад в объем и рост экономики совместного использования вносят С2С-продажи (72% от объема транзакций в 2018 г.), услуги частных лиц-фрилансеров (19%), транспорт (каршеринг и карпулинг – каждый приблизительно по 2,5%) и краткосрочная P2P-аренда жилых помещений (2%) [8].

Как считают Дж.М. Экхардт и Ф. Барди экономика совместного использования трансформируется в экономику обмена, где «...разделяя и коллективно потребляя домашнее пространство дома, члены семьи устанавливают общую идентичность. Когда «обмен» опосредован рынком – когда компания является посредником между потребителями, которые не знают друг друга – она больше не делится вообще. Скорее потребители платят за доступ к чужим товарам или услугам в течение определенного периода времени. Это экономический обмен, и потребители ценят скорее за утилитарную, чем за социальную ценность. потребители больше заинтересованы в более низких затратах и удобстве, чем в налаживании социальных отношений с компанией или другими потребителями. Компании, которые понимают это, будут иметь конкурентное преимущество» [9].

Заключение

По итогам проведенного исследования свойств услуг с учетом кооперационно-сетевых взаимодействий можно сделать несколько выводов.

Во-первых, стандартные свойства услуг, предложенные ранее, необходимо дополнить новыми: обмениваемость и совместность, так как появление экономики совместного использования устанавливает дополнительные характеристики услуг (возможность обменивать услуги, совместно использовать, передать другому потребителю и др.).

Во-вторых, новые виды услуг появились как результат кооперационно-сетевых взаимодействий в связи с глобализацией экономики и переходом ее к цифровому типу.

Все это стало импульсом к развитию экономики совместного исполь-

зования как нового направления, в котором сфера услуг является перспективной и быстрорастущей отраслью экономики, так как включает в себя множество секторов, а также характеризуется появлением инновационных видов услуг.

Библиографический список

1. Сэй Ж.Б. Трактат по политической экономии. Потребление общественное [Электронный ресурс]: сайт экономической литературы. Режим доступа: <https://www.ek-lit.org/say009.htm>.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ.; общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. М.: Прогресс, 1990. С. 638.
3. Куимов В.В., Куимов А.О., Смоленцева Л.Т. Сетевые структуры бизнеса. Взаимодействия на основе оказания взаимных услуг // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2017. №6. С. 22–27.
4. Новаторов Э.В. Маркетинг услуг: теория и технология: монография. СПб.: ИП Петров Д.А., 2015. 200 с.
5. Платное обслуживание населения в России. 2017: Стат. сб. / ПЗ7 Росстат. М., 2017. 110 с.
6. Статистические данные по услугам совместного использования в США [Электронный ресурс]: сайт данных. Режим доступа: <https://www.statista.com/topics/4694/sharing-services-in-the-us>.
7. Балаганина Я.А. Развитие сферы услуг в современной экономике: монография / Я.А. Балаганина, М.С. Кузьмин, О.А. Шипшова. Казань: Республиканский центр мониторинга качества образования, 2014. 153 с.
8. Экономика совместного потребления в России 2018 [Электронный ресурс]: отчет РАЭК. Режим доступа: <https://tiarcenter.com/sharing-economy-research>.
9. Eckhardt G.M., Bardhi F. The Sharing Economy Isn't About Sharing at All / Harvard Business Review. JANUARY 28, 2015.