

Определения услуги

Услуги как вид экономической деятельности существуют давно.

Дать определение услуге оказалось нелегкой задачей.

Особо оживленные дискуссии по этому поводу развернулись в конце 1960-х — начале 1970-х годов. Именно тогда сфера услуг развитых стран стала приносить в ВВП примерно столько же, сколько промышленный и аграрный секторы экономики вместе взятые.

К. Гренроос полагает, что только в 1990-х экономисты неохотно остановились на одном из определений услуги.

Х. Ворачек уверен, что ни одна из попыток дать определение услуге не увенчалась успехом.

До сих пор в экономической литературе можно найти различные определения услуги; ниже приведены некоторые, самые типичные. Сопоставление их с теми экономическими благами, которые на сегодня считаются услугами, дает интересный материал для размышлений.



Услугами иногда называют деятельность, не создающую самостоятельного продукта, материального объекта или материальных ценностей.

Оно будет неверным в том случае, если услуга заключается в пошиве одежды или изготовлении обуви из материалов, предоставленных заказчиком.



Довольно часто можно встретить определение услуги как полезного действия, дел, поступков или же действий вообще.

Очевидно, что это определение чересчур общо.

Интересно определение Р. Малери: «Услуги — нематериальные активы, производимые для целей сбыта».

По определению, **нематериальные активы (или неосязаемые ценности)** — это ценности, не являющиеся физическими, вещественными объектами, но имеющие стоимостную, денежную оценку. **Услуга — это процесс, ряд действий.** Эти действия могут быть инструментом для производства ценности, они могут создать ценность, но сами не являются самостоятельной ценностью. Если некие действия полезны только для того, кто их производит (например, зарядка по утрам), то вряд ли они могут считаться услугой.

По мнению **К. Гренрооса**, услуга — процесс, включающий серию (или несколько) неосязаемых действий, которые по необходимости происходят при взаимодействии между покупателями и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, системами предприятия — поставщика услуг. Этот процесс направлен на решение проблем покупателя услуги.

Данное определение достаточно точно описывает услугу, однако некоторые услуги (косметические, парикмахерские и т.п.) могут быть осязаемыми.



Интересно, что некоторые исследователи (например, К. Грёнроос и Дж. Бэйтсон) полагают, что **описание свойств услуги более продуктивно, чем попытки вывести определение.**



Часто исследователи этой сферы сравнивают ее свойства со свойствами материально-вещественного товара. При этом ученые приходят к одному мнению чаще, чем при попытках дать определение, однако и здесь возникают разногласия и всевозможные допущения.

Чаще других среди специфичных свойств услуг называют то, что они представляют собой действие или процесс, они нематериальны, их невозможно хранить, их качество более изменчиво по сравнению с материально-вещественным товаром, а также то, что производство и потребление услуги одновременны.

Например, так описываются свойства услуги в книге «Стандартизация и сертификация в сфере услуг»:

услуги представляют собой сочетание процесса оказания услуги и потребления результата услуги;

услуги, в зависимости от объекта и результата, делятся на материальные и нематериальные;

во многих случаях субъектом (исполнителем) услуги выступает индивидуальный предприниматель или малое предприятие;

во многих случаях потребитель (человек) является объектом оказания услуги и (или) непосредственно участвует в процесс ее оказания;

оказание и потребление услуги может быть одновременным;

как правило, услуга имеет индивидуальный характер оказания и потребления;

в сфере услуг высока доля ручного труда, качество которого зависит от мастерства персонала;

исполнитель услуги, как правило, не является собственником результата услуги;

услуги локальны, нетранспортабельны, могут иметь региональный характер;

услуги могут быть несохраняемы.

- Этот список небезоговорочен и далек от исчерпывающего, однако он хорошо демонстрирует необходимость оговорок при описании свойств услуги.
- Можно заметить, что в данном случае некоторые свойства сопровождаются замечаниями «как правило», «во многих случаях», «могут быть» и т.п.

Итак, можно подвести некоторые итоги.

На сегодня в определениях услуги и ее свойств отсутствует единство, и причин тому можно назвать несколько:

- 1. Одна из основных причин заключается в том, что действия, которые можно назвать услугами, многочисленны и разнообразны, так же как и объекты, на которые направлены эти действия. Часто приобретение товаров сопровождается сопутствующими услугами, и почти каждое приобретение услуг сопровождается сопутствующими товарами.
- 2. Следующая причина состоит в том, что официальная статистика объединяет эти действия в один класс услуг. Исследователи же ищут общее в тех явлениях, которые



3. Третья причина сложности поиска определения «услуги» заключается в том, что исследователь услуг имеет дело с гибким объектом, границы которого меняются в зависимости от желаний поставщика и/или потребителя услуги.

Материальный товар достаточно легко может стать услугой. «Машина, любой физический продукт может быть превращен в сервис, если продавец делает попытки сделать особое решение с учетом потребностей данного клиента», справедливо утверждает **К. Гренроос**.

Дж. Бэйтсон также подчеркивал, что граница между товарами и услугами зависит от отношения к этому поставщиков товара и потребителей. Один и тот же объект, содержащий набор физических предметов и ряд

Наличие однозначного исчерпывающего определения требуется для создания теоретической конструкции, описывающей процесс взаимодействия производителя и покупателя на рынке услуг. Именно определение лежит в основании концептуальных теоретических исследований. Однако даже определение услуги не всегда может помочь решить практические задачи, которые встают перед предприятием, работающим в сфере услуг.

На основании уже приведенных определений и классификаций можно дать следующее определение:
услуга — это экономическое благо в форме деятельности; это действие (или последовательность действий), цель которого — повышение потребительской полезности объекта, на который направлено данное действие, а задача — воздействие на этот объект.

Итак, факты, ставшие причинами сложности выведения определения услуги:

- 1. К услугам относятся все экономические блага, которые нельзя отнести к сельскому хозяйству или промышленному производству.
- 2. К услугам относятся многочисленные и разнообразные действия, направленные на различные объекты.
- 3. Эти многочисленные и разнообразные действия относятся существующей официальной статистикой к одному классу экономических благ.
- 4. Услуга — гибкий объект, границы которого легко меняются

- 
- Эти же факты стали причиной неоднозначного отношения к маркетингу услуг и появления различных теоретических моделей маркетинга услуг.