

Особенности создания добавленной стоимости при оказании услуг, их учета, оценки в составе общественного (национального) продукта

© 2011 Г.В. Семенов

доктор экономических наук, профессор
Казанский государственный технологический университет

© 2011 В.А. Перепелкин

кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет

© 2011 Р.К. Хайруллин

кандидат технических наук

Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма,
г. Казань

E-mail: kafedra_itemeo@mail.ru

Рассматриваются особенности и сложности оценки, учета и последующего включения оказываемых услуг в общественный (национальный) продукт по сравнению с товаром.

Ключевые слова: услуга, учет, оценка, общественный (национальный) продукт.

Подход к определению услуги, основанный исключительно на ее противопоставлении общественному благу, все заметнее утрачивает связь с действительностью. На смену ему при раскрытии содержания услуги приходит выделение фаз создания добавленной стоимости в процессе оказания услуг. Первая фаза предполагает действия по созданию потенциала, без которого невозможно последующее обслуживание потребителя услуг. Вторая фаза - собственно процесс оказания услуг. И третья - ценность результата оказания тех или иных услуг¹.

Ориентированное на потенциал понимание услуги основано на представлении о том, что неотъемлемые характерные признаки услуги состоят в способности и готовности производителей услуг вести деятельность по их оказанию еще до начала процесса производства. Исходя из этого важнейшей составляющей услуги, формирующей часть ее стоимости, является еще не реализованный, но уже имеющийся у производителя или создаваемый им потенциал для проведения действий по предоставлению услуги. Производитель услуги должен обладать соответствующими умственными способностями, в частности, потенциально полезными клиенту специальными знаниями и умениями (например, преподаватель, врач, адвокат, торговец, консультант, специалист по ремонту, дизайнер), быть физически готовым к оказанию услуги (учитель танцев, тренер, профессиональный спортсмен,

танцор, актер) и быть готовыми к выполнению необходимых действий.

Указанный потенциал обеспечивается наличием комбинации внутренних факторов производства услуги, к которым прежде всего относятся люди, оказывающие услуги, животные (например, лошади на манеже для верховой езды), материальные блага (например, здание ресторана, учебная аудитория, медицинское оборудование, автоподъемник, стенд для проверки ходовой части автомобилей), информация (например, электронная база законодательно-правовых актов, статистических данных, специализированных научно-технических библиотечных компьютерных сетей, результатов маркетинговых исследований, данных, информации об эмитентах ценных бумаг). Имея в наличии комбинацию внутренних производственных факторов, производитель услуги демонстрирует этим свою способность и готовность осуществить необходимые действия для потребителя услуги².

Конкретизация потенциала действий достигается на второй фазе создания добавленной стоимости - в процессе собственно оказания услуги. На этой фазе в центре внимания находится деятельность по оказанию услуги в качестве осуществляемого, но не завершенного процесса³. Здесь на первый план выходит уже применяемая на практике конкретная конечная комбинация производственных факторов при осуществлении действий по оказанию услуг. Причем про-

являет себя она несколько иначе, чем при производстве вещественного блага.

Непосредственное изготовление вещественного блага достигается благодаря комбинации факторов предоставленных только производителем без участия потребителя. Польза от созданного вещественного блага отделена во времени от процесса производства и достигается без контакта потребителя с производственными факторами. Наоборот, превращение предложения по предоставлению услуг в реально производимую производственную деятельность по непосредственному их оказанию предполагает привлечение внешних производственных факторов, когда, например, потребитель услуг прямо вовлекается в процесс их производства.

Производство услуги обычно требует, как минимум, пассивного участия внешних факторов, каковыми могут быть живые существа (например, получающие лечебные услуги люди, животные), вещественные блага (например, ремонтируемая бытовая техника клиента), информация (например, предоставляемые консультанту по налогам сведения об изменениях в имущественной базе клиента, информация по техническому проекту при осуществлении инженеринговой экспертизы). Условие предоставления потребителем внешних факторов означает для производителя услуги непереносимое включение в его готовность к деятельности способности к активным совместным действиям с потребителем в рамках предоставляемых им внешних факторов.

Характерным для процесса производства многих услуг также является одновременность предоставления и использования услуги, осуществление непосредственного, синхронного во времени и в пространстве контакта между предоставляющими услугу и получающими ее (упомянутого принципа). При этом желающий индивидуализировать выполнение своего заказа потребитель, подключаясь к процессу создания услуги, нередко обладает возможностью повлиять на способ соединения внутренних производственных факторов. Усложнять процесс производства услуг может и то, что принадлежащие потребителю производственные факторы (в отличие от факторов, применяемых при изготовлении вещественного блага) появляются при собственно оказании (создании) услуги и лишь временно находятся в распоряжении производителя услуг.

Кроме того, из интерпретации услуги, как процесса на рассматриваемый нами второй фазе создания добавленной стоимости, следует, что невещественность осуществляемой деятельности при непосредственном ее оказании является и сегодня ее важнейшим атрибутивным призна-

ком. При такой “неосязаемости” услуги, видимо, напрасным будет ожидать присутствия у ее потребителя ясного и полного представления о характере и качестве протекания производственного процесса вплоть до его завершения.

Сказанное позволяет сделать определенные выводы. Во-первых, вследствие одновременности предоставления и использования услуги объемы ее производства и сбыта должны совпадать, что обычно не наблюдается при производстве вещественного блага. Это означает, что любое ослабление спроса практически мгновенно сказывается на сокращении производства услуг. Во-вторых, вид, деятельность, результат, а также качество процесса производства услуги в значительной степени зависят от способности и готовности ее производителя к интеграции внешних факторов. Принимая во внимание намного большую степень участия людей в оказании услуги по сравнению с изготовлением вещественного блага, производство услуги может быть подвержено сильному влиянию со стороны трудно учитываемых внеэкономических факторов.

В рамках третьей фазы создания добавленной стоимости результат услуги находит выражение в изменении состояния внешних факторов, а именно в возникновении, преобразовании, сохранении, восстановлении или уничтожении их определенных качеств, свойств. Ценность результата предоставления услуги может быть различна в зависимости от того, направлены ли услуги на человека или принадлежащий ему живой или материально-вещественный объект. Так, в случае капитального ремонта квартиры, машины, оборудования завершение услуги предполагает полное восстановление их функциональных потребительских качеств и свойств. В свою очередь, когда услуга направлена на человека, ценность результата, качество оказанных услуг могут получить оценку почти сразу после завершения действий по ее оказанию (например, качество сделанной прически после посещения парикмахерской), они могут воспроизводиться пролонгированно, в течение достаточно длительного периода жизнедеятельности человека (например, услуги по осуществлению мониторинга состояния и загрязнения окружающей среды, анализу и прогнозу климатических изменений, образовательные, медицинские, культурно-эстетические услуги, услуги в сфере физкультуры и спорта, иные услуги, связанные с развитием человеческих ресурсов). При этом в последнем случае следует говорить не только об индивидуальной полезности отдельных индивидуумов, но и о социальной интегрированной полезности всего общества. Заметим, что большин-

ство из указанной группы услуг представляет собой доверительные услуги, ценность которых можно более или менее определить лишь отдаленно, по прошествии значительного периода времени.

Особый механизм оценки имеют результаты оказания институциональных услуг. Из их состава в действующих классификаторах отражаются: услуги государственного управления (в том числе разработка и проведение единой государственной денежно-кредитной политики Центральным банком, управление финансовой и фискальной деятельности, управление деятельностью в области прогнозирования и планирования, фундаментальных исследований, управление имуществом, находящимся в государственной собственности, деятельность, связанная с обеспечением военной и государственной безопасности, обеспечением законности, прав и свобод граждан, охраной собственности и общественного порядка, борьбой с преступностью); услуги по управлению финансово-промышленными группами и холдинг-компаниями; услуги финансового посредничества в части вложений в акции, облигации, другие ценные бумаги, деятельность по управлению ценными бумагами, консультационные услуги, наем рабочей силы и подбор персонала, рекламная деятельность и другие. Интересно, что услуги действующих систем менеджмента на самих предприятиях в действующем общероссийском классификаторе видов экономической деятельности отдельно не выделяются и неявно включаются в сводные характеристики тех или иных видов экономической деятельности.

Специфика механизма оценки результата институциональных услуг заключается в том, что различные их комплексы оказываются тесно сопряжены с формированием и последующим воспроизводством тех или иных институциональных благ, таких, например, как проектируемые и перепроектируемые системы управления запасами, операциями, качеством, заработной платой, научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими разработками, персоналом, подготовки и переподготовки кадров, развитием человеческих ресурсов, маркетингом, финансами и, в целом, стратегическим развитием. Изменения, происходящие при воспроизводстве этих институциональных благ, могут получать как положительные, так и отрицательные оценки со стороны различных заинтересованных групп экономических агентов. Как, впрочем, и сами институциональные блага, которые могут относиться экономическими агентами к прогрессивным, лучше структурирующим воспроизводственные про-

цессы, создающим условия для сбалансированного устойчивого социально-экономического развития, а могут восприниматься и как блага регрессивного плана, тормозящие сбалансированный экономический рост, существенно осложняющие процессы институционального и экономического развития. Яркими примерами последних могут служить искусственные административные барьеры, формируемые в интересах той или иной административно-должностной корпорации и собственных интересах чиновниками, разнообразные воспроизводимые административные рынки, те или иные схемы оппортунистической эксплуатации товарных и финансовых потоков теми или иными "группами влияния", рейдерскими командами менеджеров.

В данной связи возникает вопрос, как и на основе какой оценки включать такие виды институциональных услуг, равно как и создаваемых институциональных благ, в общественный (национальный) продукт. Простейшим здесь представляется решение о полном их включении в материально-вещественный состав общественного (национального) продукта, исходя из предположения о полезности всех действий по формированию институциональных благ, т.е. всех институциональных услуг выделением их отдельной строкой по всем видам экономической деятельности и видам таких услуг. Такое общее решение следует дополнить специальными исследованиями ценности оказываемых институциональных услуг различными институциональными группами экономических агентов и проводимой на этой основе последующей корректировкой материально-вещественного состава и величины общественного (национального) продукта.

Аналогичным образом следует корректировать первоначально рассчитываемую конечную величину общественного (национального) продукта с учетом загрязнения окружающей среды (выбросов двуокиси углерода CO_2 , окиси азота), необходимости захоронения твердых токсичных отходов (включая отработанное ядерное топливо), а также истощения воспроизводимых и невозпроизводимых природных ресурсов.

Наконец, существуют товары и услуги с однозначно отрицательной общественной ценностью. К ним, прежде всего, относятся наркотики. Их производство, транспортировка, распространение образуют весьма значительные обороты в денежном выражении, но не обладают общественной полезностью. Поэтому они не включаются в общественный (национальный) продукт. То же самое можно сказать о незаконной торговле оружием, военным снаряжением, техникой, о нелегальных услугах по захоронению токсичных от-

ходов, подпольных тотализаторов и игорного бизнеса, иных криминальных услугах. Более или менее точная общая оценка результатов преступной деятельности в связи с невозможностью ее прямого наблюдения и учета во многом затруднена. Вследствие этого при ее оценке обычно используются разнообразные косвенные методы, которые дополняются специальными технологиями, разрабатываемыми и применяемыми правоохранительными органами. Ясно, что такие оценки преимущественно носят экспериментальный характер и рассчитываются отдельно от оценки величины и материально-вещественного состава общественного (национального) продукта.

Выделяя, прежде всего, результат услуги, трудно при этом полностью игнорировать процессуальный характер услуги, так как существуют многочисленные точки соприкосновения между ориентацией на процесс и на результат. Случается, пользу от услуги приносят и процесс, и результат одновременно.

Невещественность услуги ведет к высокому риску ее приобретения вследствие меньшей объективности применяемых по отношению к ней способов оценки: ожидания от предоставления услуги, например, от процесса чтения или от результата прослушанной лекции труднее сформулировать, чем от использования вещественного блага, например, стиральной машины; покупателю часто сложно правильно определить реальные трудовые и материальные затраты при производстве услуги; в отличие от обнаруживаемых при проверке качества товара до его предостав-

ления покупателю дефектов в вещественном благе, установить недостатки услуги, если процесс ее производства и потребления происходит одновременно, как это имеет место, например, на концерте, невозможно. Даже после получения услуги клиент иногда некоторое время испытывает затруднения в вопросе оценки ее качества, что наблюдается, например, после проведения консультаций по организации бизнеса либо по приобретению ценных бумаг.

Все вышеизложенное обуславливает свои особенности и сложности оценки, учета и последующего включения оказываемых услуг в общественный (национальный) продукт по сравнению с товаром.

¹ См.: *Hilke W.* Grundprobleme und Entwicklungstendenzen des Dienstleistungs - Marketing // *Dienstleistungs - Marketing*. Wiesbaden, 1989. - S. 5-44; *Freiling J.* Anf dem Weg zu einer "Dienstleistungstheorie": das Zusammenspiel individueller und kollektiver Fähigkeiten in Kontext aktuelle Theorienentwicklegen // *Wirkungsbeziehungen zwischen individueller Fähigkeiten und kollektiver Kompetenz*. Jahrbuch strategisches Kompetenz - Management. Band 2 / MGersch (Hrsg.) Munchen und Mering, 2008. S. 199-230; *Holtbrugge D.* Konfiguration in internationalen Dienstleistungsunternehmen. Ein Rahmenkonzept // *Management internationaler Dienstleistungsunternehmen mit 3K* / J.Frense (Hrsg.). Wiesbaden, 2009. S. 3-27.

² *Meyer A.* Dienstleistungs marketing // *Betriebswirtschaft*. 1991. 51. Jg. □ 2. S. 195-209.

³ *Meffert H., Bruhn M.* Dienstleistungs marketing. Grundlagen - Konzepte - Methoden. Wiesbaden, 2003. S. 841.

Поступила в редакцию 05.09.2011 г.