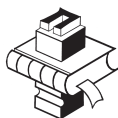


Г. А. Ахтамова

Управление рисками в сфере услуг

*Под редакцией профессора
Б. Ф. Зайцева*

Монография



Палеотип

Москва, 2004

УДК 338.242(075.8)
ББК 65.290-2
A95

Рецензенты:

В. А. Похвущев, доктор экономических наук, профессор;
В. М. Гареев, кандидат экономических наук, профессор.

A95 **Ахтамова Г. А. Управление рисками в сфере услуг:**
Монография / Под ред. проф. Б. Ф. Зайцева. — М.: Изда-
тельство «Палеотип», 2004. — 120 с.

ISBN 5-94727-075-7

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
Глава 1	
Теоретические основы предпринимательской деятельности в сфере услуг: рисковый аспект	7
1.1. Природа и характер сферы услуг	7
1.2. Определение услуги и характеристика ее свойств	26
1.3. Классификация услуг	35
Глава 2	
Методы оценки риска	42
2.1. Общие принципы и методы анализа экономических рисков	42
2.2. Методология Value-at-Risk: методы оценки рыночного риска	58
2.3. Моделирование рисковой ситуации в сфере услуг	78
Глава 3	
Разработка методики управления предпринимательскими рисками в сфере услуг	91
3.1. Описание методики управления рисками	91
3.2. Апробация методики управления предпринимательскими рисками сферы услуг	96
Заключение	106
Литература	108

ВВЕДЕНИЕ

Вторая половина ушедшего XX века характеризовалась переходом рыночных экономических систем к постиндустриальному типу развития. Одной из основных черт, определяющих принадлежность экономики той или иной страны к данному типу, является принципиально изменившаяся роль и место в ее структуре сферы услуг.

Количественно это выразилось в значительном повышении удельного веса сферы услуг в общественном производстве и в структуре общей занятости населения. В результате данная сфера стала безусловно доминировать среди всех других отраслей и сфер хозяйственной деятельности. Качественная сторона этого изменения характеризуется такой ступенью развития “третьего сектора” экономики, при котором появляется и закрепляется зависимость функционирования промышленной, аграрной и других отраслей от происходящих в сфере услуг явлений, даже не имеющих ярко выраженного экономического характера. Такая качественная трансформация дополняется реструктуризацией мировой торговли и других сторон интернационализации мирового хозяйства, проявляющих отчетливую тенденцию к значительному увеличению доли услуг в экспорте государств с развитыми экономическими системами.

Изменение роли, места и значения “третьего сектора”, ставшего доминирующим и определяющим в составе постиндустриальных экономических систем, существенно изменяет содержание современных рыночных отношений, требует поиска новых подходов к объяснению экономико-теоретических аспектов функционирования рынка услуг. Эти исследования позволяют провести логические и аналитические сопоставления особенностей рыночных отношений в сфере услуг. Выявление сущности услуги, свойств, предопределяющих рисковость предпринимательской деятельности по оказанию услуг и систематизация методов оценки и управления рисками в сфере услуг осо-

бенно актуально для стран с индустриальным типом экономики, к которому относится и Россия.

Российская сфера услуг действительно нуждается в дальнейшем реформировании и динамичном ускоряющемся развитии. Исследование рисков, присущих сфере услуг, качественных и количественных характеристик рисков представляется не только актуальным с научной точки зрения, но и практически значимым с позиции поиска оптимальных путей дальнейшего реформирования российской экономики.

Неопределенность и риск играют особую роль при осуществлении предпринимательской деятельности в сфере услуг. Незавершенность и непредсказуемость результатов экономических реформ, высокая степень изменчивости окружающей экономической и правовой среды — главные атрибуты предпринимательской деятельности в России.

Актуальность проблемы оценки предпринимательских рисков в сфере услуг обусловлена следующими причинами:

- ◆ в современной экономической науке и практике хозяйствования отсутствуют общепризнанные теоретические положения об оценке предпринимательских рисков в сфере услуг.

- ◆ методы оценки риска разработаны для узких, специфических сфер предпринимательской деятельности; это страхование, аудит, инвестиции в ценные бумаги;

- ◆ услуги обладают свойствами, предопределяющими рисковость ведения бизнеса в сфере услуг;

- ◆ современные оценки рисков не учитывают реально существующих причин возникновения рисковых ситуаций в сфере услуг.

Цель монографии состоит в разработке научно-методических основ оценки предпринимательских рисков в сфере услуг, что включает в себя моделирование рисковой ситуации и создание методики оценки предпринимательских рисков в сфере услуг.

Нами исследована теоретическая сущность понятия “услуга” и свойства предпринимательской деятельности по оказанию услуг; проанализированы современные методы оценки экономических рисков и возможность их применения для оценки рисков в сфере услуг; разработаны схемы моделирования рисковой ситуации в сфере услуг; созданы методики оценки предпринимательских рисков в этой сфере.

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ: РИСКОВЫЙ АСПЕКТ

1.1. Природа и характер сферы услуг

Сфера услуг — составная часть народнохозяйственного комплекса — участвует в общей системе экономических отношений и подчиняется общим экономическим законам, действующим в данном обществе. В международной классификации отраслей принято выделять три сектора:

- ◆ первичный (сельское хозяйство, добывающая промышленность);
- ◆ вторичный (обрабатывающая промышленность);
- ◆ третичный (сфера услуг или социальная сфера).

В экономической литературе относительно границ сферы услуг существуют различные мнения. Правомерность отнесения к этой сфере столь бытовых услуг, услуг пассажирского транспорта, связи, жилищно-коммунальных услуг, услуг системы образования, культуры, туристско-экскурсионные, физической культуры и спорта, медицинских, санитарно-оздоровительных, услуг правового характера и других оправдана одинаковыми по своему социально-экономическому содержанию функций, присущих этим услугам.

Во-первых, с точки зрения единства назначения продукции. Продукция сферы услуг — понятие сложное и противоречивое. Не вдаваясь в детальный анализ, заметим, что услуги, направленные на увеличение фонда потребления, могут рассматриваться как продукция социальной сферы.

Во-вторых, с позиций однородности потребляемых ресурсов. Эта однородность, где мы имеем дело с “нематериальными продуктами”, показана еще К. Марксом: “Здесь определение

количества труда, требующегося для получения определенного результата, является столь же гадательным, как и самый результат”. Следовательно, вероятность и неопределенность, присущая в той или иной степени как затратам, так и результатам для сферы услуг, является неизменным ее атрибутом. Однородность потребляемых ресурсов проявляется и в структуре самих затрат. Эта структура резко отличается от таковых, например, в промышленности и строительстве. Так, материальные затраты, включая амортизацию, в театрах составляют 13,3%, в цирках — 17%, в концертных организациях — 3,5%, в парках — 20,3%, а в промышленности — 82,8%, в строительстве — 64,8%.

В третьих, по признаку специфического состава кадров. В сфере услуг это проявляется в том, что основные работники здесь специалисты с высшим и средним образованием. Характерно и другое. Эта сфера в настоящее время область приложения общественно полезного труда, где значительная часть работников — женщины. Удельный вес женщин в общей численности работающих (рабочих и служащих) составил 50,6%, тогда как в здравоохранении и социальном обеспечении — 81%, в народном образовании — 75%, культуре — 74%. Разумеется, подобная “феминизация” социально-культурного комплекса не может рассматриваться как только положительное явление.

Продукт труда в сфере услуг выступает в виде услуги (полезного эффекта труда). В экономической литературе доказана как трудовая основа услуг, так и возможность их стоимостной оценки.

Как отмечает Э. М. Агабабян: “Цель экономической деятельности — увеличение общественного богатства в любой форме его проявления”. Обеспечение всестороннего и гармоничного развития человека покоится как на материальном производстве, так и на непроизводственной сфере (в том числе на сфере услуг). Продукт труда и его результат не следует понимать только как вещественный. Трудовая природа услуги не вызывает возражений, а в условиях товарного производства услуги обязательно приобретают и цену. Однако далеко не все услуги социально-культурной сферы оплачиваются потребителями непосредственно.

В экономической литературе в социально-культурный комплекс включали и науку как отрасль производственной дея-

тельности. С одной стороны, наука наряду с образованием, информационным обслуживанием, а также здравоохранением, физкультурой и спортом, культурой и искусством формирует человеческий фактор. Результат науки — новые знания — все больше вовлекаются в процесс производства. И в этом смысле наука производит нематериальные услуги, увеличивающие совокупный фонд потребления. С другой стороны, нельзя сегодня говорить о науке вообще, не разделяя ее на два больших блока — фундаментальную и прикладную. Последняя органичная часть материального производства. Именно поэтому все чаще звучат утверждения о формировании научно-производственного комплекса страны как системы, включающей научную и производственную составляющие. Фундаментальная наука развивается по иным закономерностям. Ее целевая функция — познание объективных законов развития природы и общества. Наука, безусловно, едина. Фундаментальные, поисковые и прикладные исследования часть одного процесса — познания окружающего мира. Но рассматривая науку с позиций ее связей с материальным производством, нельзя не учитывать, что это связи различной степени наполнения.

Производство или оказание услуг с давних времен составляло существенную часть хозяйственной деятельности человека и его социально-общественной жизни. Именно наличие услуг, как социально-общественного института, как формы взаимоотношения людей, как полезной деятельности, наконец, как акт доброй воли конкретного человека — все это вместе взятое является атрибутом человеческого общества и бытия. Именно услуги отражают и воплощают в себе уровень развития общества — и не только его производительных сил, но и духовного, нравственного состояния.

Двойственный характер услуг нашел отражение в этимологии слова “услуга”. Согласно толковому словарю С. И. Ожегова, слово “услуга” имеет два значения:

- ◆ действие, приносящее пользу другому;
- ◆ хозяйственные удобства, предоставляемые кому-нибудь.

Первое значение характеризует нравственное начало услуг; второе — производственную сторону услуг.

Услуга рассмотрена с нравственных позиций и В. И. Далем: “Услуга — самое дело, помощь, пособие или угождение. Оказать кому услугу — сделать нужное, угодное”.

Таким образом, этимологически смысл услуги вполне ясен: услуга всего, воспринимается эмоционально в общении между людьми.

С развитием производительных сил общества усиливался производственный, хозяйственный аспект услуг, возросла потребность в услугах и спрос со стороны населения. Они стали играть вполне самостоятельную роль в экономике — сложилась сфера услуг и рынок услуг.

Одна из глобальных тенденций в современной экономике — феноменальный рост предоставляемых услуг. По данным государственных статистических органов, доля услуг в валовом национальном продукте развитых индустриальных стран составляет от 2/3 до 3/4. В США количество работающих в сфере услуг достигло 77% от общего числа занятых; эта сфера, согласно прогнозам, должна дать в ближайшие десять лет 90% всех новых рабочих мест.

В число занятых в сфере обслуживания входят не только работающие непосредственно в индустрии услуг (банки, авиакомпании, туристический и гостиничный бизнес и т. п.), но также работники других секторов экономики.

Во многих корпорациях, принадлежащих, по определению государственных статистических органов, к обрабатывающей, сельскохозяйственной и добывающей отраслям, есть скрытый сектор услуг. Так называемые “внутренние услуги” потенциально включают в себя самую разнообразную деятельность по подбору кадров, осуществлению публикаций, юридические услуги, управление трудовыми ресурсами, уборку помещений, перевозки и многое другое.

Подразделения указанных категорий работников все чаще рассматриваются как “предприятия по производству услуг” для фирмы, производящей товары. По мере передачи этих работ организациям, имеющим статус юридического лица, выполняемые ими услуги, становятся частью конкурентного рынка и включаются статистиками в валовой национальный продукт в раздел “услуги”.

Индустрия услуг отличается большим разнообразием. В этой сфере действует значительная часть коммерческого сектора с его авиакомпаниями, банками, бюро по компьютерной обработке данных, страховыми, юридическими и консалтинговыми

фирмами, частными медицинскими учреждениями и компаниями по торговле недвижимостью. Производством услуг занимаются правительственные и некоммерческие организации, хотя характер этой деятельности может быть самым разным, что отражает традиции и национальные особенности. Во многих странах образовательные учреждения и музеи находятся во владении государства или осуществляют свою деятельность на бесприбыльной основе, но есть страны, где подобные организации работают как коммерческие.

Сервисные организации отличаются друг от друга и по своим размерам — от огромных международных корпораций в таких сферах, как банковское, страховое дело, телекоммуникации, гостиничное хозяйство и перевозки, до самых различных малых предприятий местного уровня, например кафе, прачечных и ремонтных мастерских.

Ключевой фактор, обусловивший динамичный рост сферы услуг — техно логический прогресс. Его результатом стало создание новых областей сервиса, обеспечивших дополнительный приток рабочей силы и капиталов.

Новые технологии радикально изменяют методы ведения бизнеса в организациях, занимающихся обслуживанием потребителей. Один из таких мощных импульсов сегодня — это интеграция компьютерной техники и средств телекоммуникации. Создание национальных (или даже глобальных) электронных систем обслуживания, включая Всемирную сеть (The World Wide Web) преобразует характер и масштабы деятельности финансовых компаний, банков и других сервисных организаций. В их распоряжении теперь имеются высокоинтеллектуальные компьютерные системы, помогающие оценить риск принимаемых решений исходя из оперативного анализа закономерностей изменения спроса и предложения, определения платежеспособности клиентов, доходности проводимых операций и т. д.

Технологический прогресс влияет и на многие другие виды обслуживания — от воздушных перевозок до розничной торговли. Создание новых или усовершенствованных систем сервиса позволяет осуществлять реинжиниринг приема заказов осуществления платежей, монотонной работы машинами и других операций и в большей степени вовлекать потребителей в деятельность компании путем внедрения систем самообслуживания.

Яркий пример здесь — автоматизация банковских операций, таких, как принятие вкладов, погашение кредитов и выплаты наличных средств. Внедрение банковских автоматов позволяет обслуживать клиентов круглосуточно в местах, где использование персонала практически невозможно. Сегодня число банкоматов только в США превысило 70 тыс. единиц. Применение кредитных карт вытесняет бумажные деньги как средство платежа и позволяет покупателям производить расчеты непосредственно в торговых центрах и других местах совершения покупок, оборудованных соответствующими электронными терминалами.

Затраты в банковском секторе на совершенствование технологий непрерывно растут. В 1993 г. в США на эти цели коммерческими банками было израсходовано 20 млрд. долл., в Швейцарии — 18 млрд. долл. В результате банковское дело превращается во все более капиталоемкую отрасль, где возрастает значение постоянных, а не переменных (связанных с затратами труда) издержек.

Развитие экономики на базе технологического прогресса объективно способствует росту сервисных услуг, связанных с поставками и дальнейшей эксплуатацией все более и более усложняющихся в техническом исполнении традиционных товаров.

Любой физический товар, особенно высокотехнологичный и длительного пользования, создает потребность в услугах. В зависимости от характера изделия *потребности в услугах* могут включать:

- ◆ транспортировку и складирование;
- ◆ установку и монтаж;
- ◆ заправку горючим;
- ◆ техническое обслуживание и ремонт;
- ◆ чистку и восстановление внешнего вида;
- ◆ экологически адекватную утилизацию.

В историческом плане некоторые из этих услуг источник дополнительных доходов для изготовителей или дистрибьюторов таких продуктов как автомобили, заводское оборудование, локомотивы, компьютеры. Такие доходы от послепродажного обслуживания можно было получать годами. Так называемые “третьи поставщики” часто специализировавшиеся в узкой ры-

ночной нише, получали существенные прибыли за счет предоставления услуг, которые фирмы-изготовители либо проглядели, либо у них не оказалось специалистов, способных обеспечить предоставление таких услуг. Многие поставщики высокотехнологичного оборудования и машин сейчас сосредотачивают свои усилия на создании более сложных наборов услуг, требующих большей компетенции и профессионализма.

Эти услуги могут не только приносить дополнительный доход, но и помогать компании быть ближе к потребителям и создавать долгосрочные отношения с ними на основе более глубокого понимания эксплуатационных возможностей приобретенного оборудования. При обосновании привлекательности своих конкурентных предложений многие фирмы-изготовители стараются подчеркнуть свои возможности осуществлять ремонт производимого ими оборудования, а также его техническое обслуживание и решение возникающих проблем в любой точке земного шара. Коммерческие сервисные центры вносят немалую лепту в доходы IBM, Hewlett-Packard, General Motors и других широко известных компаний-изготовителей.

В рыночной экономике услуги полноправный объект купли-продажи и поэтому включаются в основные показатели экономического развития стран, а именно:

- ◆ валовой национальный доход (ВНД) есть стоимость товаров и услуг (конечных), т. е. потребленных населением, в рыночных ценах, а также государственные закупки, капитальные вложения, сальдо платежного баланса;

- ◆ национальный доход (НД) есть валовой национальный доход за вычетом амортизации;

- ◆ валовой общественный продукт (ВОП) или совокупный общественный продукт есть национальный доход, а также материальные затраты на производство товаров и услуг.

В мировой практике рассчитывается также *валовой национальный продукт* (ВНП) как стоимость всех товаров и услуг (исключая стоимость сырья и полуфабрикатов). Для избежания повторного счета суммируют всю *добавленную стоимость* (ДС), созданную во всем хозяйстве. Как известно, добавленная стоимость есть разность между доходами от реализации товаров и услуг и материальными затратами на их производство. Из этого определения следует, что добавленная стоимость включает оп-

лату труда, прибыль, а также процент тем, кто работает по найму, владельцам предприятия и капитала, т. е. сумма всех добавленных стоимостей равна сумме всех *доходов* (Д): национальный продукт равен национальному доходу. Все произведенные товары и услуги должны быть оплачены, следовательно, соответствовать доходам.

Из изложенного выше следует важная роль услуг в экономике, обусловленная следующими факторами:

- ◆ высокой доходностью (ликвидностью) услуг, которые, как правило, потребляются в момент их производства;
- ◆ относительно невысокой материалоемкостью (включая так называемые нематериальные услуги), что увеличивает объем добавленной стоимости, следовательно, национальный доход;
- ◆ коротким сроком получения платы за выполненные услуги.

Влияние экономических факторов на сферу услуг обуславливается общей динамикой ВВП, изменением спроса на потребительские и инвестиционные товары, состоянием с занятостью и уровнем доходов (зарботной платы) населения, а также другими важнейшими макроэкономическими показателями, таких, как дефицит государственного бюджета и др. Проиллюстрируем это влияние на следующем примере.

Западная Европа вступила в 90-е гг. в обстановку существенного ухудшения практически всех показателей хозяйственного развития. Наблюдавшееся в 1990—1991 гг. падение производства в США этих странах опередило аналогичное положение в экономике Японии и западноевропейских стран. В последних после снижения темпов роста ВВП (1961—1971 гг. — 4,8% в год; 1974—1984 — 1,9%; 1985—1990 — 3,1%; 1991 — 1,4%; 1992 — 0,9%) в 1993 году впервые после 1975 г. произошло абсолютное падение производства на 0,5%. Из-за завышения курсов европейских валют относительно доллара и иены ухудшились условия инвестирования капитала и снизился спрос на продукцию, экспортируемую из Европы.

На внутренних рынках снизился спрос на инвестиционные товары. Так, по сравнению с предыдущим годом в 1991 г. инвестиции уменьшились на 0,2%, в 1992 г. — на 0,8%, в 1993 г. — на 2,6%. Еще больше сократились капиталовложения в машины и оборудование — соответственно на 0,2%, 2,1% и 4,1%.

Из-за сокращения общего числа занятых в европейской экономике (на 0,7% в 1992г. и на 1,6% в 1993г.) и снижения реальной заработной платы замедлились темпы роста расходов на личное потребление.

В 1991 г. доля безработных в общей численности лиц наемного труда достигла 8,7%, в 1992 г. — 9,5%, в 1993 г. — 11%, а к началу 1994 г. 12%, что является беспрецедентным за последние десятилетия уровнем и превращает безработицу в наиболее острую социально-экономическую проблему Западной Европы.

Один из главных выводов аналитиков состоял в том, что кризис 90-х гг. продолжил тенденцию кризиса середины 70-х гг. на “деиндустриализацию” европейской экономики с сокращением доли материального производства, в частности, обрабатывающей промышленности, на фоне роста сферы услуг.

В Западной Европе обозначилось долговременное и характерное практически для всех индустриально развитых стран падение спроса на инвестиционные товары при сохранении довольно высокого спроса на потребительские блага. Эта тенденция связана с углубляющимся разделением труда. В результате многие операции, прежде осуществлявшиеся внутри отраслей промышленности, выделяются в специализированные услуги: деловые, финансовые, информационные и т. д.

С ростом общественного разделения труда изменяется соотношение рабочего и свободного времени, соотношение трудовой и досуговой деятельности. Закономерность развития современной цивилизации — увеличение объема свободного времени работающих и расширение спроса на различного рода услуги. В связи с увеличением свободно располагаемого дохода у работающего населения расширяется свобода выбора досуговой деятельности, разнообразными становятся формы использования свободного времени — занятие спортом, участие в культурных, оздоровительных мероприятиях, путешествия, туризм и т. д.

В сфере услуг возрастает роль финансового и делового обслуживания (лизинг, франчайзинг), а также новой динамичной области, связанной с производством, хранением и распространением информации.

Предоставление франшизы, предполагающее активное участие предпринимателя-оператора, популярный способ фи-

нансирования расширения сервисной сети и обеспечивает последовательную реализацию выбранной концепции обслуживания.

Лизинговые компании и компании по прокату часто представляют собой гибридные образования из предприятия-изготовителя и сервисного предприятия. Как корпоративные, так и индивидуальные потребители все больше обнаруживают, что они могут пользоваться физическим продуктом, не становясь при этом его собственником.

Невозможно переоценить значение демографического фактора в системе воздействия внешней среды на все отрасли экономики в целом и на сферу услуг в частности. В данном случае несомненную важность имеют и динамика изменения численности различных возрастных групп, в том числе в трудоспособном и нетрудоспособном возрасте, и показатели рождаемости и смертности, и соотношение мужского и женского населения и др.

Например, старение нации влияет на множество рынков услуг. Выберем в качестве примера услуги по страхованию жизни, занимающие одно из лидирующих положений в страховом бизнесе индустриально развитых стран.

Происходит интенсивный процесс изменения роли женщин в социально-экономической жизни общества. Расширяется их участие в общественном производстве, причем процесс феминизации затронул многие сферы занятости. Социально-экономическая эмансипация женщин сопровождается возрастанием спроса на многие услуги, ранее выполняемые в домашних условиях — приготовление пищи, стирка, уборка квартиры и т. д. Возникла потребность фирмах, специализирующихся на выполнении внедомашних услуг, ориентированных на домашнее хозяйство.

Усложнилась диалектика взаимодействия двух противоречивых тенденций развития современного общества — индивидуализации и социальной интеграции людей. С одной стороны, идет индивидуализация условий жизни, опирающаяся на процессы развития современной техники (миниатюризация информационной технологии, персональные компьютеры и видеосистемы, персональные автомобили и бытовая техника индивидуального пользования и т. д.). Усиливается потребность человека

к укладу жизни, связанного с природой, способствующего выражению его индивидуальности.

В формировании хозяйственного механизма сферы услуг в наибольшей степени проявляются принципы смешанной экономики, в основе которой принцип оптимального сочетания экономической эффективности и социальной справедливости. Конкурентная рыночная экономика дает наивысшую эффективность в основных отраслях производства материальных благ и услуг. Государство реализует функцию социально справедливого распределения и перераспределения национального дохода. В последние годы в развитых странах в условиях смешанной экономики сфера услуг получила особо ускоренное развитие. Сейчас в наиболее развитых странах в ней занято более 50% трудовых ресурсов и производится около 60% валового национального продукта этих стран.

В отраслях сферы услуг действуют факторы, ограничивающие рыночный механизм и сдерживающие его. В этой сфере осуществляется производство общественных, смешанно-общественных и частных благ.

Большинство услуг являются смешанно-общественными благами и имеют важное значение для личности и для общества в целом. С реализацией этих услуг обеспечивается здоровье людей, духовное развитие и формирование личности, физическое состояние и пр.

Хозяйственный механизм сферы услуг в смешанной экономике — это социально-экономический механизм реализации социальных гарантий важнейших прав человека и гражданина в демократическом обществе, социальной защиты населения, а также обеспечения равных стартовых возможностей гражданам в рыночной экономике, независимо от доходов и благосостояния родителей.

Этот принцип реализует социальную политику, направленную на противодействие поляризации (классовой) общества, на формирование устойчивого среднего класса, как основы социальной стабильности. Он противопоставляется социалистическому принципу равенства результатов, ведущего к уравнительности в распределении доходов, оплате труда, лишению стимулов экономики.

При этом устанавливается приоритет социальной справедливости в формировании и действии хозяйственного механизма

ряда отраслей сферы услуг. Названный выше принцип не отрицает необходимость эффективной его организации, что предполагает внедрение в данной сфере рыночных отношений, механизма внутреннего рынка и конкуренции при сохранении социальных гарантий.

На микроуровне механизм хозяйствования в социальной сфере (комплексе) также значительно отличается от организационно-экономических форм хозяйствования в материальном производстве. Это выражается в сочетании государственных бюджетных учреждений, частных и общественных некоммерческих организаций, благотворительных фондов с функционированием коммерческих организаций и фирм.

Их задача — “взбадривание” государственного и нерыночного сектора, реализация свободы выбора потребителей и предоставление услуг сверх системы государственных гарантий.

Хозяйственный механизм в сфере услуг — это единство социального и экономического аспектов, баланс социальной справедливости и экономической эффективности на основе упорядочения системы форм и методов, инструментов государственного и общественного воздействия на социальные и экономические процессы.

Анализируя положение в отраслях социальной сферы, многие специалисты уделяют внимание, какие социальные силы воздействуют на ход реформ, в чем заключаются их интересы и как меняются их позиции. Выявление и изучение соответствующих групп интересов — залог правильного понимания происходящих в данной сфере процессов. Интересы — это деятельностные позиции социальных субъектов, т. е. ориентация на определенные виды деятельности, обеспечивающие удовлетворение их потребностей.

При рассмотрении интересов следует различать по крайней мере три разных аспекта (см. рис. 1).

Рассматривая сферу услуг, следует учитывать, что интересы непосредственных потребителей услуг не однородны и различаются по группам населения с разным уровнем доходов, образования, для жителей городов, образования, для жителей городов и сельской местности и т. д.

В недавнем прошлом, до начала экономических реформ, для интересов всех названных выше групп характерна общая

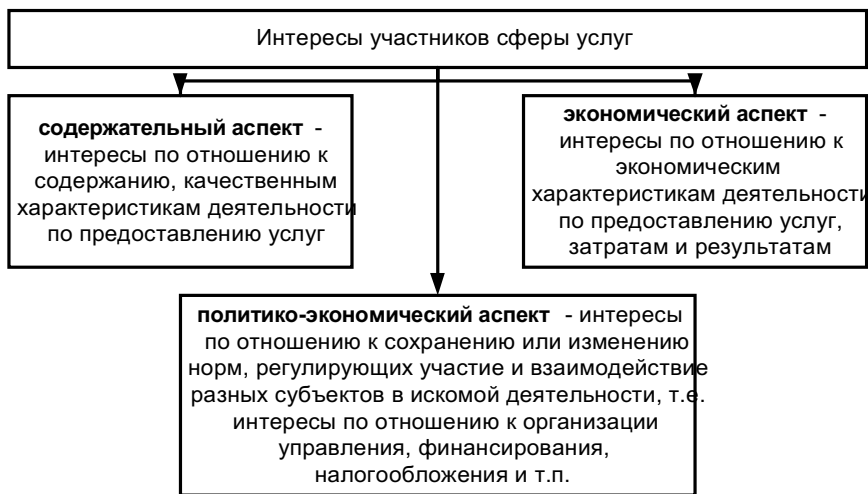


Рис. 1. Интересы участников сферы услуг

составляющая — неудовлетворенность качеством предоставляемых услуг и хроническим дефицитом их отдельных видов. Общее в интересах населения — желание улучшить качество услуг. Часть населения (средне- и высокодоходные группы) готовы платить за более высокое их качество. Высокодоходные группы согласны оплачивать все медицинские, образовательные и культурно-досуговые услуги, но существенно иного качества. Среднедоходные группы готовы платить за услуги более высокого качества, но как за дополнительные к тому набору, который предоставляется государством бесплатно. Средне- и низкодоходные группы, т. е. подавляющая часть населения, заинтересованы в сохранении прежней системы предоставления бесплатных социально-культурных услуг и улучшении (главным образом за счет государства) условий их доступности и качества.

Отношение россиян к положению в сфере услуг в целом можно охарактеризовать как пассивно-недовольное. Население не готово к самостоятельной реализации своих интересов в процессе изменений в здравоохранении, образовании, культурно-досуговой сфере. После начала кардинальных экономических реформ значимость проблем медицинского обслуживания, образования, культуры оказалась для населения намного ниже, чем проблемы получения денежных доходов.

Органы отраслевого управления в центре и на местах характеризуются сходной структурой интересов. У них нет стремления к существенным изменениям регулируемой ими деятельности. В содержательном аспекте их интересы достаточно консервативны и заключаются в сохранении сложившейся структуры и характера осуществляемой в каждой отрасли деятельности.

Экономические интересы органов отраслевого управления в центре и на местах состоят в обеспечении устойчивости бюджетного финансирования отрасли. Политико-экономические интересы работников отраслевых органов государственного управления в переходный период нацелены на сохранение самих управленческих учреждений и своей роли как распорядителей средств, выделяемых государством на социально-культурные нужды. В соответствии с мерой сохранения их функций в процессе распределения бюджетных ресурсов у них появляется стремление к извлечению ренты из своего положения как распорядителей ограниченного ресурса. Природа сферы услуг, особенности, отличающие услугу от материального товара, обуславливают специфику рынка услуг. Последний рассматривается в единстве с товарным рынком как одна из его разновидностей, подчиняющаяся общим законам рыночной экономики, среди которой выделяют:

- ◆ высокий динамизм;
- ◆ территориальную сегментацию и локальный характер;
- ◆ высокую скорость оборота капитала вследствие короткого производственного цикла;
- ◆ преобладание малых и средних предприятий, их высокую чувствительность к рыночной конъюнктуре в связи с невозможностью транспортировать и складировать услуги;
- ◆ специфику процесса оказания услуг, связанную с личным контактом производителя и потребителя;
- ◆ индивидуальность и нестандартность оказываемых услуг и технологий во многих отраслях;
- ◆ высокую дифференциацию продукта в одной и той же отрасли;
- ◆ неопределенность результата во многих случаях при оказании услуг;
- ◆ наличие асимметрии информации у производителя и потребителя.

Хотя рынок услуг имеет много общего с рынком товаров, существуют некоторые особенности рыночной координации, обусловленные природой услуги, ее неосязаемостью услуги и невозможностью ее хранения и транспортировки, одновременностью производства и потребления услуги, необходимостью личных контактов потребителя и производителя, высокой степенью индивидуализации и нестандартности спроса на услуги. Особенности рынка услуг представлены на рис. 2.

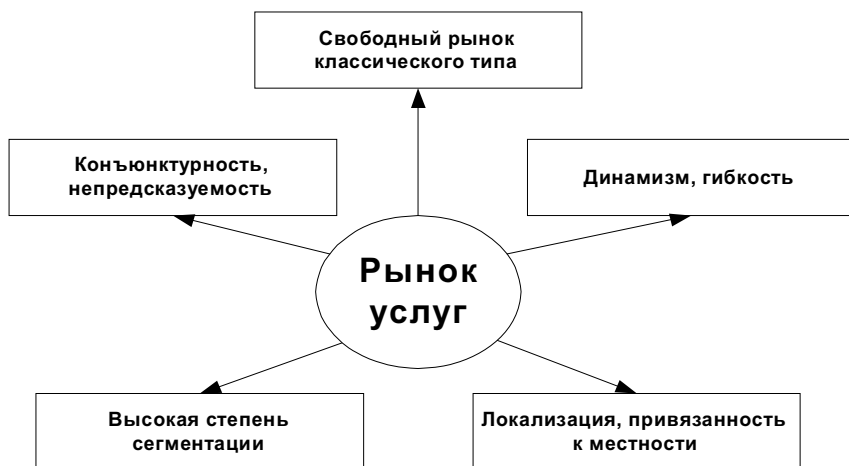


Рис. 2. Особенности рынка услуг

Во-первых, рынок услуг больше всего отвечает требованиям свободного рынка классического типа, меньше всего поддается монополизации, поскольку производство услуг рассредоточено. Наиболее распространенной формой организации производства услуг являются малые предприятия, основанные на частной и коллективной собственности. Рентабельность производства услуг обеспечивается не столько от экономии на масштабе производства, сколько за счет экономии на разнообразии и качестве услуг. На ранних стадиях развития рынок товаров и рынок услуг были малоразделимы. По мере развития производительных сил происходит их дифференциация. Но этот процесс идет неоднозначно; в нем можно выделить две тенденции: тенденция дополняемости (комплементарности); тенденция взаимозамещения товаров и услуг. Тенденция дополняемости

обусловлена существованием пирамиды потребностей, в основании которой лежат материальные потребности, создающие базис для потребностей более высокого уровня — социальных и духовных. Каждая из этих потребностей, дополняя друг друга, характеризуют сложность природы человека как социобиологического существа. Сложность сервисных техники и технологии порождает потребность в соответствующих видах услуг по ремонту и техническому обслуживанию. Вместе с тем, совершенствование сервисной техники в ряде случаев сопровождается заменой услуг. Чем надежнее и качественнее товары, тем в последующем при их использовании потребителями меньше требуется услуг по поддержанию и восстановлению потребительских свойств изделий. С другой стороны, в современных условиях повышение уровня нравственной культуры и экологического воспитания выступает сдерживающим фактором нерационального потребительского поведения, включая ограничения в потреблении товаров и услуг.

Во-вторых, рынок услуг по сравнению с рынком товаров отличается большей конъюнктурностью и непредсказуемостью. Не случайно на Западе наблюдается большое количество банкротств фирм в сфере услуг. Здесь остро стоит вопрос о выживаемости хозяйствующего субъекта.

В-третьих, рынок услуг отличается от рынка товаров значительной сегментацией, т. е. большей ориентацией на определенную группу покупателей. В сфере услуг последовательно реализуется принцип комплиментарности и дополнительности. Так, услуги, связанные с организацией отдыха, соединяются с торговыми услугами; услуги туризма — с гостиничными, услуги кино с телевидением и видео делом, с рекламой и т. д.

В-четвертых, для рынка услуг по сравнению с рынком товаров характерна большая степень локализации и привязанности его к местности. Это связано со специфическим способом транспортировки услуг. Их реализация требует личных контактов производителей и потребителей. Она обеспечивается либо перемещением производителя услуг к месту расположения потребителя, либо перемещением потребителя к месту расположения производителя. Однако развитие телекоммуникаций и компьютеризация сокращает необходимость личных контактов при реализации услуг. С технологическим прогрессом преодолена

вается локальность, он становится более открытым, более интернациональным.

В-пятых, рынок услуг (в отличие от рынка товаров) характеризуется большим динамизмом и гибкостью, поскольку скорость оборота капитала в сфере услуг выше, чем в производственных отраслях и для организации бизнеса услуг требуется значительно меньше первоначального капитала, чем в индустриальном и аграрном секторе. Малый бизнес в сфере услуг создает благоприятную среду выращивания предпринимательских кадров, самоутверждения и самореализации личности в области предпринимательской деятельности.

Рынок услуг служит инкубатором предпринимательства; именно здесь создаются наиболее благоприятные условия для бизнеса в силу большой скорости оборота капитала. Рост банкротства предпринимателей на рынке услуг не фатален, так как всегда есть возможность возобновления деятельности диверсифицированных родственных отраслях. Рынок услуг обычно представлен множеством небольших или малых предприятий, способствующих занятию бизнесом большому количеству экономически активных лиц, что ведет к формированию среднего класса, предотвращению экономического, социального, политического и иного давления.

Рынок услуг формируется под влиянием ряда факторов и условий. К основным условиям функционирования рынка услуг относятся:

- ◆ личный интерес индивида;
- ◆ свобода предпринимательства, выбор решения;
- ◆ конкуренция;
- ◆ свободное ценообразование;
- ◆ правовые и экономические гарантии.

Факторы, формирующие рынок услуг:

- ◆ уровень развития техники и технологии;
- ◆ сырьевой потенциал, уровень спроса на бытовые услуги, уровень рыночных цен;
- ◆ налоговый режим и уровень дотаций;
- ◆ фактор времени.

Как показывает практика западных стран, рынок услуг в различных отраслях данной сферы развит неодинаково. В производственных и деловых кругах, торговле и общественном пи-