

Сервисизация экономики Беларуси: альтернатива или предопределенность?

УДК 338.46



Михаил ТОМКОВИЧ,
кандидат экономических наук, доцент

Михаил ТОМКОВИЧ. Сервисизация экономики Беларуси: альтернатива или предопределенность? Проведен краткий исторический экскурс и рассмотрены основные положения теории постиндустриализма. Проиллюстрированы различия между товаром и услугой. Приведены примеры ситуаций, при которых материальные товары обладают свойствами услуг. Исследованы отдельные глобальные процессы, связанные с сервисизацией экономики, способные существенно повлиять на развитие экономики Республики Беларусь. Сформулированы предложения по пересмотру подходов к организации материального производства с позиции встраивания его в сервисную экономику.

Ключевые слова: сервис, сервисная экономика, услуги, постиндустриальная экономика, экономика услуг, материальное производство, тенденции.

Mikhail TOMKOVICH. Servitization of Belarus' economy: Alternative or predetermination? The article introduces the reader into the history and essence of the theory of post-industrialism, shows the difference between a product and a service, gives examples of situations when goods have the properties of services. The article explores some global processes related to the servitization that can have a substantial impact on the economy of the Republic of Belarus. The author suggests revisiting approaches to material production, so that it can be embedded into the service economy.

Keywords: service, service economy, services, post-industrial economy, material production, trends.

Мир вступает в новый период своего развития, связанный с изменением структуры экономики и системы отношений внутри ее. Происходят сущностные трансформации, затрагивающие основы общественной жизни и ее экономическую составляющую. При этом сегодня присутствует определенный дефицит упорядоченности в осмыслении развития социально-экономической системы Беларуси в контексте цивилизационного процесса. Например, практически стандартным стало высказывание о том, что развитые страны вступили в постиндустриальный период своего развития (Беларусь также движется в этом направлении). Названное явление зачастую связывают с увеличением удельного веса занятых либо

ОБ АВТОРЕ

ТОМКОВИЧ Михаил Петрович.

Родился в 1983 году в г. Мяделе Минской области. Окончил Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (г. Гомель, 2005), магистратуру (2006) и аспирантуру (2011) этого вуза.

С 2005 года – главный специалист по ценам Мядельского райпо, с 2006 года – в НИИ Белкоопсоюза (с 2011 года – ЧУП «НПЦ Белкоопсоюза»), в котором прошел путь от младшего научного сотрудника до начальника отдела внедрения научно-технических разработок. В 2014–2015 годах – начальник отдела закупок ИТУП «Торговый ди-зайн».

С 2015 года – в Научно-исследовательском экономическом институте Министерства экономики Республики Беларусь: старший научный сотрудник отдела экономической безопасности, заведующий отделом интеграционных отношений в рамках ЕАЭС и СНГ, с 2016 года – начальник главного аналитического центра, заведующий центром аналитических исследований.

Кандидат экономических наук (2013), доцент (2017).

Автор около 50 научных работ.

Сфера научных интересов: экономика и управление организациями, финансово-экономический анализ, экономика современного управления.

же доли валового внутреннего продукта (ВВП), создаваемого в сфере сервиса. Однако это весьма упрощенный подход, не учитывающий суть происходящих трансформаций.

В таком контексте для нашей страны крайне важно выработать комплекс стратегических и тактических решений, опирающихся на глубинное осмысление протекающих и неуклонно набирающих силу глобальных процессов. В первую очередь речь идет о переходе от индустриальной к сервисной экономике.

История вопроса

Переход к сервисной экономике и теорию постиндустриализма, как правило, принято связывать с работами американских ученых 1960–1970 годов, когда появилось «предчувствие» грядущих изменений. В 1964 году при Американской академии наук и искусств была создана «комиссия по 2000 году». Перед ней поставили задачу определить наиболее важные тенденции в технологической, экономической и культурной областях, которые будут определять развитие

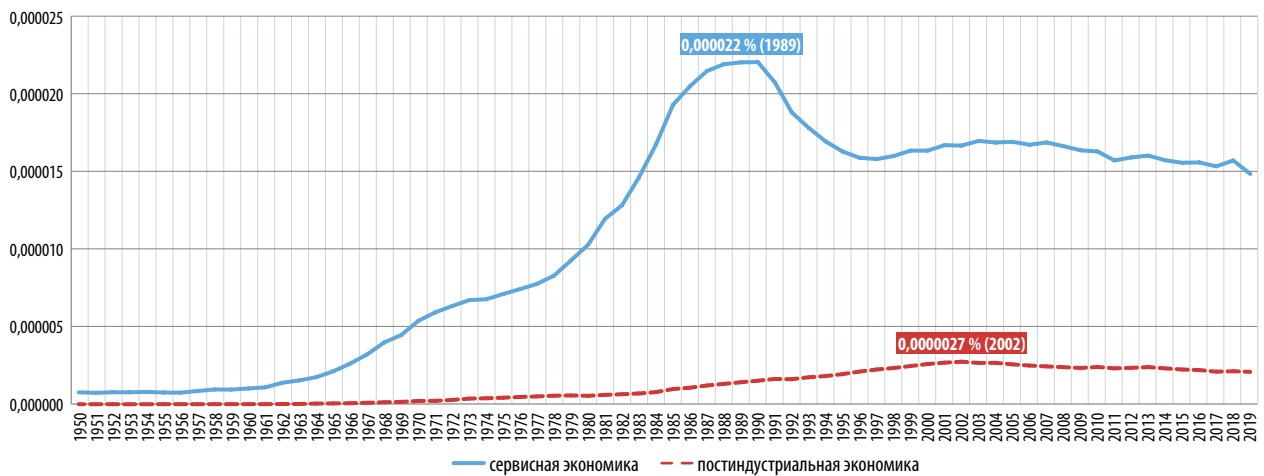


Рисунок 1. Сглаженная частота упоминания отдельных терминов в англоязычной литературе в 1950–2019 годах

Источник: разработка автора на основе: Google Books Ngram Viewer [Electronic resource]. — Mode of access: <https://books.google.com/ngrams>. — Date of access: 07.03.2021.

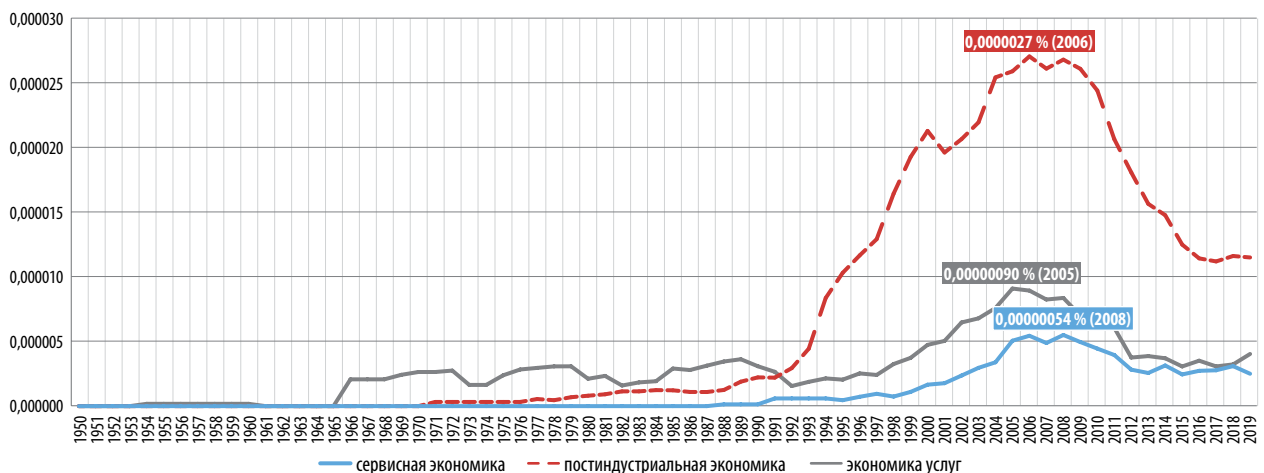


Рисунок 2. Сглаженная частота упоминания отдельных терминов в русскоязычной литературе в 1950–2019 годах

Источник: разработка автора на основе: Google Books Ngram Viewer [Electronic resource]. — Mode of access: <https://books.google.com/ngrams>. — Date of access: 07.03.2021.

американского общества в XXI веке. Комиссия работала целых десять лет, а итогом стал фундаментальный цикл исследований, в которых не предсказывалось будущее, а лишь давалась оценка происходящим изменениям и были сделаны далеко идущие выводы. С позиции 2021 года эту работу в полной мере можно рассматривать как футуристически пророческую и к тому же не утратившую своей актуальности и сегодня.

Комиссию возглавлял Д. Белл, автор труда «Грядущее постиндустриальное общество», ставшего практически конститутивным. Первое его издание увидело свет в 1973 году в США. Эта книга комплексно рассматривает вопрос становления нового постиндустриального общества в различных преломлениях, включая становление сервисной экономики, формирование прослойки носителей знания, трансформацию системы образования и ряд других. При этом главным сущностным изменением является переход к сервисной экономике, означающий, что постиндустриальное общество будет построено на услугах [1].

Но, как было отмечено выше, помимо механического изменения структуры ВВП, предполагаются изменения базисных отношений в социально-экономической системе. И здесь, на наш взгляд, весьма уместным будет процитировать еще одного апологета постиндустриализма Э. Тоффлера, который писал: «Разрыв семейных уз, колебания в экономике, паралич политических систем, разрушение наших ценностей – на все это оказывает влияние Третья волна. Она бросает вызов всем старым властным отношениям, привилегиям и прерогативам вымирающих элит нынешнего общества и создает фон, на котором будет разворачиваться основная борьба за завтрашнюю власть» [2, с. 37].

Не вдаваясь в подробности социологического предвидения этого автора, отметим наиболее важную с позиции экономики мысль о прогрессирующем «размывании» границ между сферами материального и нематериального производства, а также о стирании разрыва между производителем и потребителем. Результатом этого процесса станет создание новой экономики, сочетающей в себе два названных фактора, которую Э. Тоффлер назвал «prosumer» economics. При этом слово prosumer представляет собой комбинацию из producer – производитель и consumer – потребитель.

Резюмируя, отметим, что в отличие от индустриального общества, в рамках которого уровень жизни измерялся преимущественно количеством потребляемых товаров, в постиндустриальном важна широта и качество потребляемых услуг, они и будут определять качество жизни людей.

Такой исторический экскурс необходим, так как развитие теории постиндустриализма и сервисизации экономики фактически было сосредоточено в западных странах, тогда как на постсоветском пространстве этой тематике уделялось значительно меньше внимания.

В качестве наглядной иллюстрации различий в приоритетности и в хронологии развития интереса к вопросам сервисизации экономики можно привести данные сервиса Google Books. На рисунках 1 и 2 показана хронология частоты упоминаний таких терминов, как сервисная экономика (service economy), постиндустриальная экономика (postindustrial economy) и экономика услуг в англоязычной и русскоязычной литературе.

Сравнение графиков наглядно демонстрирует значительное временное запаздывание (на несколько десятилетий) исследований по проблемам сервисизации в русскоязычной литературе, а также многократный разрыв в масштабах интереса (пиковые значения отличаются на порядок). В то время как в развитых странах сервисная модель экономики фактически стала данностью, не требующей доказательств, у нас еще недостаточно полно сформировано понимание ее сути, а также последствий для экономики и общества. В результате страдает качество и обоснованность решений в экономической сфере, принимаемых на различных уровнях управления.

Важно понимать, что переход к сервисной модели экономики не означает необходимость отказа от промышленности или сельского хозяйства только на основании того, что они относятся к «прошлой» эпохе. Это значит, что сфера материального производства все в большей степени будет приобретать черты сферы сервиса.

В качестве аналогии можно привести пример перехода экономики от аграрной к индустриальной. После индустриализации люди, как и прежде, продолжали выращивать растения и животных, чтобы получить пищу и сырье для дальнейшей переработки. Изменилась лишь организация процесса и, соответственно, производительность труда. Сельское хозяйство приобрело индустриальный характер, выросла доля промежуточного потребления промышленных товаров, изменилась структура добавленной стоимости.

Переход к сервисной экономике, помимо очевидного роста объема и ассортимента «чистых услуг», будет сопровождаться увеличением доли сервисной части в производстве как новых, так и давно привычных товаров.

Разница между товаром и услугами: исчезающе тонкая грань

Одной из особенностей исследования данного вопроса является весьма тонкая грань между производством и сервисом. Сегодня существует множество определений термина «услуги», но ни одно из них не может быть признано всеобъемлющим. В результате наряду с вполне академичными можно встретить хотя и несколько вольные, но вполне раскрывающие суть дефиниции. Например, еще четверть века назад в английском журнале *Economist* было дано такое определение: «Услуга – это то, что может быть продано или куплено, но не может упасть на ногу».

Исследователями выделяются понятия «чистые товары» и «чистые услуги». К первым относится, например, зерно, чугун, ко вторым – консультация юриста или лекция знаменитого профессора. Но между двумя названными группами есть множество промежуточных позиций, где классификация не так однозначна.

Например, у человека появилось желание приобрести модное пальто. У него есть как минимум два варианта. Первый – пойти в магазин и купить понравившееся пальто из числа предложенных моделей и размеров, пошитых на фабрике. Второй вариант – обратиться в ателье, где заказчику пошьют пальто из выбранной им ткани и фурнитуры, а также с учетом индивидуальных особенностей и пожеланий. По сути, результат у этих двух вариантов одинаковый – человек получает интересующий его предмет гардероба. Однако с точки зрения экономики разница существенна и заключается в размере созданной добавленной стоимости, так как цена вещей, примерно сопоставимых по качеству и возможно даже из одинаковой ткани, может заметно различаться. Одновременно будет отличаться структура добавленной стоимости, так как фабрика и ателье относятся к различным сферам. Принципиальным моментом является также различная степень удовлетворенности потребителя, так как во втором случае индивидуальный подход в большей степени ориентирован на ее максимизацию.

Производство как услуга: примеры из жизни

Приведенный выше пример служит иллюстрацией традиционного понимания различия между сферой производства и сферой сервиса, когда можно четко определить место создания потребительной стоимости, а также ее структуру. Однако развитие технологий обуславливает конвергенцию сфер производства и сервиса, при которой различия между ними размываются, что находит соответствующее отражение в реальной жизни.

Сегодня уже трудно кого-либо удивить сообщением в новостной ленте об очередном спасении жизни человека благодаря умной электронике. Например, широко известны случаи, когда smart-часы помогли выявить серьезное заболевание либо же вызвали спасателей человеку, находящемуся в бессознательном состоянии. При этом кто сможет однозначно определить, за что человек заплатил свои деньги: за устройство измерения времени, средство связи либо же за медицинскую диагностику?

В качестве еще одного примера можно привести изменения в производстве одежды. Так, уже сейчас можно купить куртку фирмы Levi's, которая называется *Trucker Jacket with Jacquard™*. Модель выпускается в партнерстве с Google и отличается от обычной одежды тем, что в нее изначально интегрированы электронные компоненты, позволяющие удаленно пользоваться услугами мультимедийных сервисов, навигации и др. Производителем особенно отмечается, что функционал куртки постоянно расширяется и при этом не требует от пользователя дополнительных затрат. В этом случае сложно ответить на вопрос, что человек приобретает прежде всего, – предмет одежды либо же услуги информационно-развлекательного характера.

Подобные примеры товаров, обеспечивающих доступ к удаленному сервису, можно продолжить. Однако сервисизация, помимо появления относительно недорогих товаров, обеспечивающих доступ к информационно-коммуникационным услугам, трансформирует и рынок традиционных товаров, покупка которых раньше была отнюдь не рядовым событием в жизни человека. Например, стандартной практикой в развитых странах стало приобретение автомобиля в лизинг, условия которого позволяют человеку несколько лет пользоваться автомобилем с последующей заменой его на новый. В этом случае покупка автомобиля фактически превращается в его долгосрочную аренду. Пока лизинговые автомобили после возврата их компании-владельцу перемещаются на вторичный рынок, однако в перспективе вполне реальной видится ситуация, когда после выработки своего ресурса они будут автоматически направляться на переработку, что станет очередным элементом создания экономики замкнутого цикла.

Показателен также пример компании Renault, которая в начале 2010 года выпустила на рынок линейку электромобилей (ZOE, Twizy, Twingo Electric, Kangoo ZE). Особенностью стало то, что их продавали без аккумуляторной батареи, которую можно было взять исключительно в лизинг с ежемесячным платежом, привязанным к размеру пробега за соответствующий период. При этом владелец электромобиля, даже когда истекал срок заводской гарантии, был защищен от последствий поломки самой дорогой детали, так как ее ремонт или бесплатная замена в случае необходимости являются частью обязательств лизинговой компании. Высокая востребованность названных автомобилей на рынке продемонстрировала перспективность данного направления развития бизнеса. Аккумуляторная батарея занимает весьма значительную часть в стоимости электромобиля, поэтому становится неочевидным ответ на вопрос: чего в данном случае больше – товара или услуги?

Продолжая тему трансформации рынка транспорта, нельзя не обратить внимания на такую составляющую сервисизации, как шеринговая экономика, или экономика совместного пользования. Уже сегодня на улицах крупнейших белорусских городов присутствует значительное число автомобилей, которыми может воспользоваться любой желающий. Для этого достаточно иметь водительское удостоверение и удаленно зарегистрироваться в соответствующем мобильном приложении. Аналогичная ситуация в отношении таких транспортных средств, как велосипеды и электросамокаты. Следствием развития шеринговых сервисов станет, очевидно, снижение спроса на автомобили и иные транспортные средства за счет более интенсивного их использования, а также реформирования рынка транспортных услуг. Недалек тот день, когда на дороги общего пользования массово начнут выезжать автономные автомобили, которые смогут передвигаться с минимальным участием человека либо вообще без него: сегодня активно развивается необходимая инфраструктура (сети 5G, вычислительные мощности, искусственный интеллект и т. д.). Это событие, без сомнения, серьезнейшим образом скажется как на автомобильной отрасли (конкуренцию смогут выдержать наиболее технологически развитые компании), так и на множестве иных видов деятельности (например, пассажирских и грузоперевозках, торговле, аренде, страховании).

Помимо видов деятельности, традиционно тесно связанных с достижениями научно-технического прогресса (электроника, автомобилестроение), сервисизация затронет и иные отрасли, которые пока трудно ассоциировать с глубоко индивидуальным подходом к клиенту. В качестве одного из примеров такого реформирования можно рассмотреть легкую промышленность.

Изменения в моделях потребительского поведения меняет привычки покупателей, в частности стимулирует желание вносить изменения в процесс создания товаров, например одежды и обуви. Производители все чаще предлагают пользователям кастомизировать свои товары, создав неповторимый дизайн, который мог бы выделить потребителя в общем потоке. Сегодня любой желающий может не выходя из дома заказать изготовление обуви по индивидуальному дизайну и с учетом особенностей стопы человека. В этом, например, готова помочь российская компания AFOUR, позиционирующая себя как ателье будущего. Необходимо лишь воспользоваться конструктором на сайте компании, где есть возможность выбирать вид и модель обуви, материал и расцветку отдельных ее элементов. Срок изготовления составляет до 12 рабочих дней, после чего обувь будет доставлена по указанному адресу, включая и белорусский.

Современный клиентоориентированный подход в промышленном производстве продовольствия чаще означает учет усредненных потребностей отдельных социальных групп (дети, спортсмены, диабетики, представители религиозных течений и т. д.), а также местных предпочтений в отдельных странах при поставках на экспорт. Однако, по имеющимся оценкам, развитие технологий кардинально изменит подход к питанию человека. Весьма актуален вопрос повышения ценности традиционных продуктов питания за счет введения в их состав иммуностимулирующих компонентов, минеральных веществ, полиненасыщенных жирных кислот и др., оказывающих положительный эффект на здоровье человека. Очевидно, что в недалеком будущем прогресс пойдет значительно дальше, что выразится в создании «умной еды», которая, помимо обеспечения человека необходимыми питательными веществами, будет помогать поддерживать и даже улучшать здоровье. Другими словами, человек будет потреблять пищу, произведенную с учетом его пола, возраста и иных индивидуальных особенностей, включая учет хронических заболеваний и генетических предрасположенностей. Особенно это актуально для людей, страдающих от различных заболеваний, а также людей в пожилом возрасте.

Демографические прогнозы говорят о том, что в наиболее развитых, а значит и наиболее богатых странах продолжится рост старения населения. Пожилые люди генерируют платежеспособный специфический и постоянно растущий

спрос, который трансформирует рынок сервиса. Это явление имеет очевидно долгосрочное влияние и получило название «серебряная экономика». В процессе того, как в мире, в том числе и в Беларуси, будет развиваться культура старения, неизбежно подвергнутся корректировке и модели потребительского поведения людей старшего поколения: в здравоохранении приоритеты сместятся от лечения к профилактике и продлению активного долголетия, в финансовой сфере – от простого откладывания средств на черный день к пенсионному инвестированию. Ускоренное развитие получит телемедицина, адаптированные услуги обучения, транспорта, ухода на дому и т. д. В целом «серебряная экономика» отличается повышенным уровнем индивидуальных требований со стороны потребителей, что в первую очередь окажет стимулирующее воздействие на сервисные виды деятельности, способные удовлетворять уникальные потребности.

А как в Беларуси?

После ознакомления с приведенными примерами может сложиться впечатление, что они фрагментарны, носят разрозненный характер и пока не могут кардинальным образом сказаться на экономике Беларуси. Но это достаточно уязвимая позиция, так как происходящие изменения будут определять эффективность как будущих, так и нынешних решений в экономике.

Например, у нас в стране проводится целенаправленная инвестиционная политика по развитию производства бумаги. Построен завод газетной бумаги, реализуется проект по производству сульфатной беленой целлюлозы. Это капиталоемкие производства, отдача от которых в долгосрочной перспективе будет определять состояние экономики отдельных отраслей и целых регионов.

В то же время прогрессирующая информатизация всех сфер жизни сопровождается переводом «на цифру» документооборота, сокращением тиражей газет и журналов, уменьшением потребления бумаги при обучении и т. д. Закономерным результатом таких изменений является падение объемов потребления и, соответственно, производства бумаги. На рисунке 3 представлены данные по мировому объему производства отдельных видов бумаги. Данные свидетельствуют, что в 2019 году мировой объем производства бумаги для печати и письма вернулся на уровень 1999 года, а газетной – на уровень 1966 года. Можно предположить, что регистрируемое с 2000-х годов перманентное сокращение указанных видов деятельности продолжится, а это значит, что в мире в названном сегменте рынка вырастет избыточность производственных мощностей, ужесточится конкуренция и, как результат, снизится ее экономическая эффективность.

В то же время трансформация структуры торговли (развитие онлайн-продаж), изменение потребительского поведения и отношения к упаковке (спрос на экоматериалы), внедрение новых технологий в логистике и торговле стимулируют

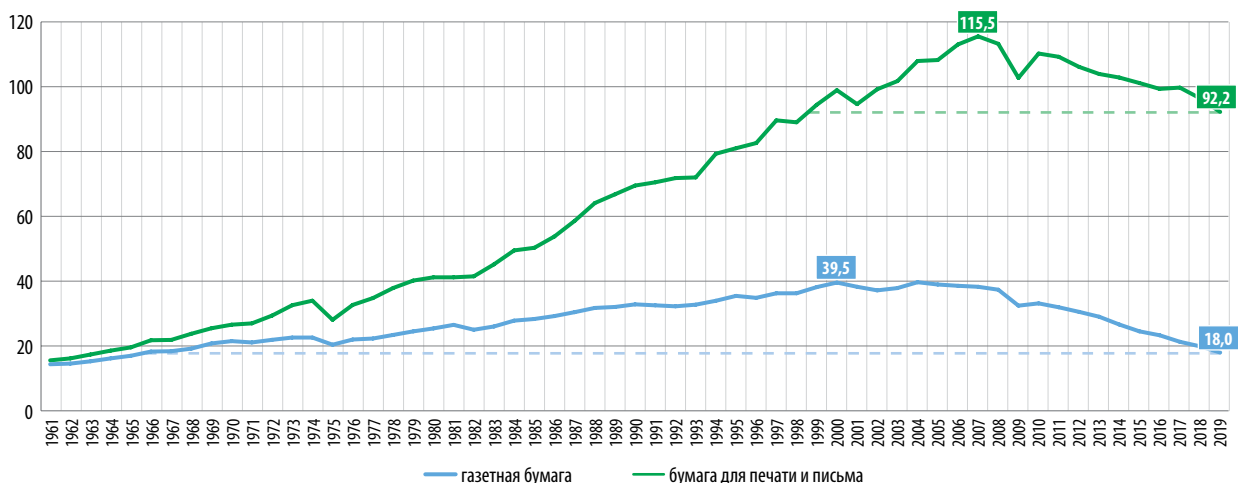


Рисунок 3. Мировой объем производства газетной бумаги и бумаги для печати в 1961–2019 годах, млн т

Источник: разработка автора на основе: Food and Agriculture Organization of the United Nations [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.fao.org/faostat>. – Date of access: 26.03.2021.

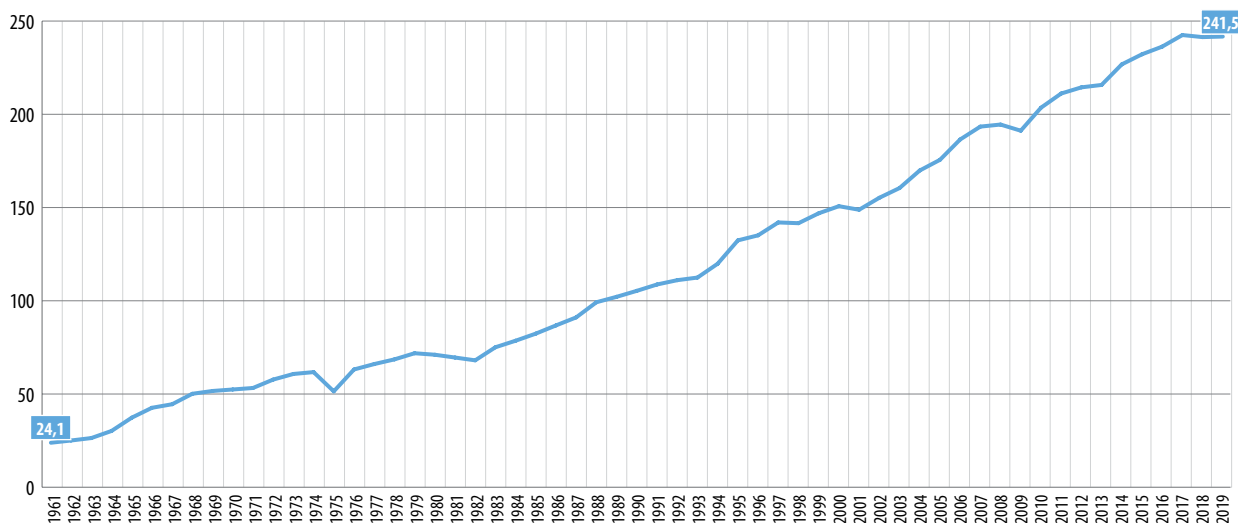


Рисунок 4. Мировой объем производства упаковочной бумаги и картона в 1961–2019 годах, млн т

Источник: разработка автора на основе: Food and Agriculture Organization of the United Nations [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.fao.org/faostat>. – Date of access: 26.03.2021.

спрос на упаковочную бумагу и картон. В результате объем мирового производства бумаги и картона для упаковки практически непрерывно растет (рис. 4).

В этих условиях логичным решением должна стать изначальная ориентация на стабильно растущий рынок. При этом важно не замыкаться исключительно на производстве картона как основы для упаковки. Необходимо развивать и углублять производство, например, за счет «активной» упаковки для продовольствия, которая за счет своего модифицированного состава оказывает положительное воздействие на продукт, обеспечивает его высокое качество и сохранность. Упаковка может удалять кислород из продукта, содержать различные виды консервантов, регуляторы влажности и т. д., что весьма актуально для белорусских производителей.

Таким образом, нам уже сейчас необходимо посмотреть на материальное производство с позиции встраивания его в сервисную экономику. Например, Беларусь по праву гордится своей пищевой промышленностью, в частности производством молочных продуктов. Особых проблем со сбытом нет. При поверхностном взгляде будущее тоже не должно преподнести особых сюрпризов, так как по прогнозам численность населения планеты стабильно растет, пастбища и посевные площади ограничены, а значит, устойчивый спрос на продовольствие в перспективе гарантирован.

Вместе с тем, как уже было сказано выше, изменятся требования к продовольствию со стороны наиболее платежеспособной части населения. Если говорить о сегменте «умной еды», то будут востребованы продукты для персонализированного питания, в том числе как составной части персонализированной медицины. По оценкам Axiom Market Research & Consulting, уже в 2018 году рынок персонализированного питания составил 7,2 млрд долларов, а его рост прогнозируется на уровне около 7 % ежегодно [3]. Для производства таких продуктов необходимы технологии, находящиеся на стыке различных направлений, включая анализ генома и микробиома кишечника человека, цифрового моделирования, Big data, умной упаковки и т. д. В результате, если ничего не предпринимать, классические пищевые производства, существующие в нашей стране, могут стать лишь поставщиками сырья или полуфабриката, на основе которого будет производиться глубоко переработанный и персонализированный продукт для конечного потребителя. При этом создание основной добавленной стоимости сконцентрируется именно на последнем этапе изготовления. Это ставит вопрос о необходимости пересмотра взглядов на традиционные производства и их реформирование с позиции адаптации к грядущим переменам. Аналогичные примеры можно привести и по другим видам деятельности и производствам.

Меняется роль сервиса. Если раньше услугам отводилась лишь вспомогательная роль, то сейчас именно они в значительной степени определяют конкурентоспособность как отдельного товара на рынке, так и всей национальной экономики.

Конкурентоспособность материального производства все больше станет зависеть от того, насколько полно оно будет отвечать постоянно растущим потребностям потребителей. Главная роль в этом отводится научной составляющей, которая должна стать базисом, объединяющим вокруг себя различные элементы экономики.

Если совсем недавно уровень жизни человека измерялся преимущественно объемом потребленных товаров, то уже сегодня на первое место выходит качество жизни, определяемое доступностью широкого спектра услуг.

В этих условиях для выстраивания экономической и социальной политики на всех уровнях управления крайне важно осознать неизбежность и неотвратимость сервисизации, а также определить ключевые концепты новой экономики, к которым можно «привязать» планы и всю систему координат развития страны и общества в целом.

Статья поступила в редакцию 15.05.2021 г.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Academia, 2004. – 783 с.
2. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2010. – 795 с.
3. Исследование российского и мирового рынка FoodTech: ключевые тренды, ограничения и перспективы [Электронный ресурс] // JSON.TV. – Режим доступа: https://json.tv/ict_telecom_analytics_view/issledovanie-rossijskogo-i-mirovogo-rynka-foodtech-klyucheve-trendy-ogranicheniya-i-perspektivy-20200527010059. – Дата доступа: 26.03.2021.



**Беларуская
Думка**

**Падпісацца на часопіс
«Беларуская думка»
ніколі не позна!**

74938 ІНДЫВІДУАЛЬНАЯ ПАДПІСКА

Кошт: 1 мес. – 4,09 руб., 3 мес. – 12,27 руб., 6 мес. – 24,54 руб.

749382 ВЕДАМАСНАЯ ПАДПІСКА

Кошт: 1 мес. – 11,77 руб., 3 мес. – 35,31 руб., 6 мес. – 70,62 руб.
(уключаючы падатак на дабаўленую вартасць)

**Часопіс па падпісцы абыдзеца танней,
чым набываць яго ў розніцу!**