



РОЛЬ И МЕСТО МУЗЕЙНЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ УСЛУГ

Курбанов Фируз Голибович

Базовый докторант Бухарского государственного университета. Узбекистан. thegame2488@mail.ru

DOI: https://doi.org/10.55439/EIT/vol10_iss3/a42

Аннотация

В данной статье рассмотрен вопрос роли музейных услуг в сфере услуг, представлен теоретический анализ сектора услуг как системообразующей сферы экономики и с помощью метода системного анализа и метода научного обзора литературы рассмотрены результаты изучения роли музейных услуг с определением как прямого, так и косвенного их взаимодействия с другими сферами. Результатом является четкое теоретическое определение роли и места музейных услуг в сфере услуг.

Ключевые слова: Секторы экономики, сфера услуг, музейные услуги сервис, услуга, инновационные преобразование

Abstract

This article deals with the role of museum services in the service sector, presents a theoretical analysis of the service sector as a system-forming sector of the economy, and using the method of system analysis and the method of scientific literature review, the results of studying the role of museum services with the definition of both direct and indirect interaction with others spheres. The result is a clear theoretical definition of the role and place of museum services in the service sector.

Key words: Sectors of the economy, service sector, museum services, service, innovative transformation

Введение

В последние годы наша страна уделяет особое внимание сфере культуры и вопросам инновационных преобразований, модернизации, организации данной сферы. Приоритетным направлением считается улучшение качества обслуживания в организациях, оказывающих услуги отдыха и культурно-просветительской деятельности.

В постановлении Президента Республики Узбекистан под номером - № ПП 3920 от 26.08.2018 г. «О мерах по инновационному развитию сферы культуры и искусства в Республике Узбекистан» отмечается несоответствие качества услуг, оказываемых учреждениями культуры и искусства современным требованиям и международным стандартам.

В постановлении Кабинета Министров Республики Узбекистан, от 19.12.2019 г. № 1019 «Об утверждении программы совершенствования деятельности музеев в Республике Узбекистан на 2020 – 2021 годы» говорится о пересмотре и совершенствовании целого ряда понятий, связанных с музейной деятельностью. Особое внимание в вышеназванном постановлении уделено музейным услугам.

В этой связи важным и актуальным является научно-теоретическое определение музейных услуг и использование системного подхода в изучении их роли и места в рамках сферы услуг.

Обзор литературы

Вопрос о роли и возрастающей доли сферы услуг в экономике в научной литературе рассматривается учеными с двух позиций: первый подход изучает вопрос с позиций наступления «постиндустриального общества», характерной особенностью экономики которой по мнению исследователя Д. Белла является увеличение доли сферы услуг, технологическое, структурное и управленческое усложнение производства в процессе которого наука становится его основной движущей силой [1]. Д. Белл призвал пересмотреть деление экономики на три сектора, предложенное А. Фишером [2] и усовершенствованное К. Кларком [3]: первичный сектор экономики (добыча сырья, сельское хозяйство, горнодобывающая, рыбная и лесная промышленность); вторичный сектор экономики (промышленное производство и строительство) и третичный сектор экономики (сфера услуг, образование и туризм).

Д. Белл в контексте идеи постиндустриального общества пересмотрел третичный сектор экономики и предложил реструктуризировать его в пятисекторную модель в которой : третичный сектор - транспортные, туристические, коммунальные услуги и услуги связи, четвертичный сектор - торговля, финансы, страхование и операции с недвижимостью, а пятеричный сектор составили- здравоохранение, образование, отдых, исследовательская деятельность и правительственные учреждения [4].

Наряду с Беллом целый ряд ученых экономистов считают, что одной из важных особенностей постиндустриального общества является доминирование сферы услуг над другими отраслями в экономике страны. Увеличение доли сферы услуг в ВВП положительно сказывается на целом ряде экономических показателей, которые в свою очередь приводят к стабильному росту экономики в целом.

Второй подход предлагает рассмотреть данный вопрос с позиций «ново - индустриального общества», в рамках концепции которого целый ряд учёных оспаривают идею окончания индустриализации экономики. Они отмечают, что она лишь входит в новую фазу своего развития, которая представляет собой автоматизацию (технотроннизацию) производительных сил, что в свою очередь приводит к росту производительности труда в промышленности и высвобождению большого количества трудовых ресурсов (людей) для развития сферы услуг [5].

Следует отметить существенное отличие двух рассмотренных выше подходов по отношению к научно - исследовательской деятельности и образованию. В рамках постиндустриальной модели исследовательская деятельность и образование — это самостоятельная сервисная отрасль, тогда как в рамках неоиндустриальной модели исследовательская деятельность и образование не является независимым и оторванным от производства элементом.

Вопрос о значительном вкладе сферы услуг в рост экономики страны, и роста доли сферы услуг в ВВП можно рассматривать в трёх последовательных подходах: «индустриалистским», «сервисно-ориентированным» и «интегративным» [6]. Индустриалистский подход рассматривает услуги как стагнационную деятельность, то есть их продуктивность остается стабильной на протяжении времени, этим объясняется важность услуг с точки зрения занятости в экономике [7]. Сервисно – ориентированный подход фокусируется на специфической природе услуг: инновациях. Исходя из нематериального характера услуг, отмечается сложность измерения этих инноваций [8]. Интегративный подход является объединяющим и предлагающим не отделять сферу услуг от производства, а попытаться путём объединения двух предыдущих подходов создать единую структуру [9].

Понятие экономического термина «услуга» был введен в научный оборот французским экономистом Жан Батистом Сэй, который одним из первых определил нераздельность производства и потребления услуги, а также нематериальность этого

экономического блага [10]. Несмотря на то, что со времён Батиста Сей научная традиция накопила большое количество определений понятию услуга и полностью пересмотрела базовые представления обозначения данного термина, невозможно уверенно утверждать, что на сегодняшний день мы располагаем универсальным и всеобъемлющим определением данного понятия. Приведем одно из классических определений понятия услуга, предложенное Ф. Котлером «услуга – любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой. Неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо» [11]. В этом и других наиболее распространённых определениях делается акцент на основные и в последствие базовые характеристики понятия «услуга», которые в том числе часто используются для различения услуг и товаров: нематериальность, неспособность к хранению, невозможность владения и неразрывность производства и потребления.

Учёные нашей страны предлагают разделять такие понятия как сервис и сфера услуг, подчёркивая при этом, что сфера сервиса является составной частью сферы услуг. Сервис по мнению М. Пардаева и И. Очилова [12] - «это действие, направленное на удовлетворение определённых человеческих потребностей, основанных на деятельности по оказанию услуг имеющих определённые сертификаты и обладающие высоким стандартом качества. В свою очередь, услуга по мнению И. Очилова [13] - «это деятельность, приносящая пользу и направленная на удовлетворение определённых потребностей человека, хозяйствующих субъектов и государства». По этим двум определениям становится ясным, что учёные нашей страны в определении понятия услуга и сервис делают акцент на цели их оказания и объекте их воздействия, при этом практически не затрагивая специфические характеристики услуги, отличающей её от товаров.

Целью нашего исследования является анализ сферы услуг как крупного и системообразующего сектора экономики, определение места и обозначение роли музейных услуг в сфере услуг, на основе использования научного метода системного анализа.

Методология исследования

При написании данной статьи автором были использованы разные научные методы исследования, среди которых основными являются методы научного анализа литературы, индукции, дедукции и метод системного анализа. Метод научного анализа был использован для изучения литературы по теме научной статьи, выявления и исследование проблемы и при разработке новых способов ее решения. Методы дедукции и индукции были использованы для определения общих характеристик места музейных услуг в сфере услуг и классификации услуг в экономике страны. Метод системного анализа был использован для определения всех взаимосвязей музейных услуг в рамках сферы услуг, выявления прямой и косвенной принадлежности музейных услуг и стратегическому определению их места в рамках сферы услуг.

Анализ и результаты

Необходимо отметить тенденцию роста доли сферы услуг в ВВП развитых стран. Так, по данным Всемирного банка в 2019 году, доля сферы услуг в ВВП развитых стран составила 74% [14]. Рост доли в ВВП, увеличение количества занятых и количества предприятий в сфере услуг показывают актуальность исследования данной сферы в целом и определения роли музейных услуг в частности, как один из элементов этой системы. Для определения места музейных услуг в системе сферы услуг необходимо рассмотреть различные методы классификация этой сферы экономической деятельности. Используя уже существующие классификаторы, можно будет определить общие характеристики классификации, которые в свою очередь помогут более структурно определить места и роль музейных услуг в рамках сферы

услуг и экономики страны. При написании данной статьи для достижения более объективного видения места музейных услуг в рамках сферы услуг были использованы классификатор услуг в рамках ВТО и классификатор услуг Ф. Ловелока. Для четкого понимания и структурирование места музейных услуг в Узбекистане был использован общегосударственный классификатор услуг по видам деятельности Республики Узбекистан. По мнению Ф. Лавелока [10] наиболее важными для классификации услуг являются два основных признака: объект, на который направлена услуга и осязаемость или неосязаемость услуги (табл. 1).

Таблица 1

Классификация услуг Ф. Ловелока

№	Основные классы услуг	Сферы услуг
1.	Осязаемые действия, направленные на тело человека.	Пассажирский транспорт, здравоохранение, салоны красоты и парикмахерские, спортивные заведения, рестораны и кафе, ритуальные (похоронные) услуги
2.	Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты.	Грузовые перевозки, ремонт и содержание оборудования, охрана, поддержание чистоты и порядка, прачечные, химчистки, заправка транспорта, услуги ландшафтного дизайна.
3.	Неосязаемые действия, направленные на сознание человека.	Образование, радио и телевизионное вещание, информационные услуги, театры, музеи.
4.	Неосязаемые действия с неосязаемыми активами.	Банки, юридические и консалтинговые услуги, страхование, операции с ценными бумагами.

Источник: Lovelock C. H. Services marketing : people, technology, strategy

В этой классификации музейные услуги относятся к неосязаемым действиям, направленным на сознание человека. Из этого определения можно сделать вывод, что музейные услуги, не обладая четкой материальной выраженностью, имеют особое значение в духовно- воспитательном, образовательном и культурном аспекте развития человека. Но помимо культурной сферы музейные услуги имеют прямое экономическое выражение в ВВП, создании рабочих мест и налоговых поступлениях.

Действующий в рамках Всемирной торговой организации (ВТО) классификатор услуг включает в себя 161 вид услуг, которые как правило делится на 12 разделов [15] (табл. 2).

Определение места музейных услуг в рамках системы сфере услуг поможет правильно определить вертикаль принадлежности, а также правильно рассмотреть сопутствующие звенья системы сферы услуг, с которыми связаны музейные услуги.

Исходя из этого классификатора музейные услуги относятся к группе услуг по организации досуга, культурных и спортивных мероприятий. В данной классификации более чётко определяется место музейных услуг и определение их культурного и экономического выражения. С точки зрения рынка музейные услуги оказываются на рынке досуга, имея при этом культурную направленность. Сопутствующим звеном в системе сферы обслуживания, с которым непосредственно связаны музейные услуги является сфера туризма и услуги связанные с путешествиями.

Таблица 2

Классификатор услуг в рамках ВТО

деловые услуги
услуги в области связи
строительные и связанные с ними инженерные услуги
дистрибьюторские услуги, включая услуги оптовой и розничной торговли
услуги в области образования
услуги, связанные с защитой окружающей среды
финансовые (страховые и банковские) услуги
услуги в области здравоохранения и социального обеспечения
туризм и услуги, связанные с путешествиями
услуги по организации досуга, культурных и спортивных мероприятий
транспортные услуги
прочие услуги, невошедшие вперечисление (например, бытовые)

Источник: https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/serv_sectors_e.htm



Рисунок 1. Прямые и сопутствующие звенья принадлежности музейных услуг.

Источник: авторская разработка по результатам исследования.

В общегосударственном классификаторе услуг по видам деятельности Республики Узбекистан [16] музейные услуги внесены в секцию коммунальных, социальных и персональных прочих услуг: в раздел услуг по организации отдыха, культурных и спортивных мероприятий, в группу услуг библиотек, архивов, музеев и

прочих культурных учреждений, в класс услуг музеев и услуг по охране исторических мест и зданий. Определение места музейных услуг в общегосударственном классификаторе услуг по видам деятельности Республики Узбекистан поможет выстроить правильную вертикаль принадлежности и определить сопутствующие сферы деятельности.

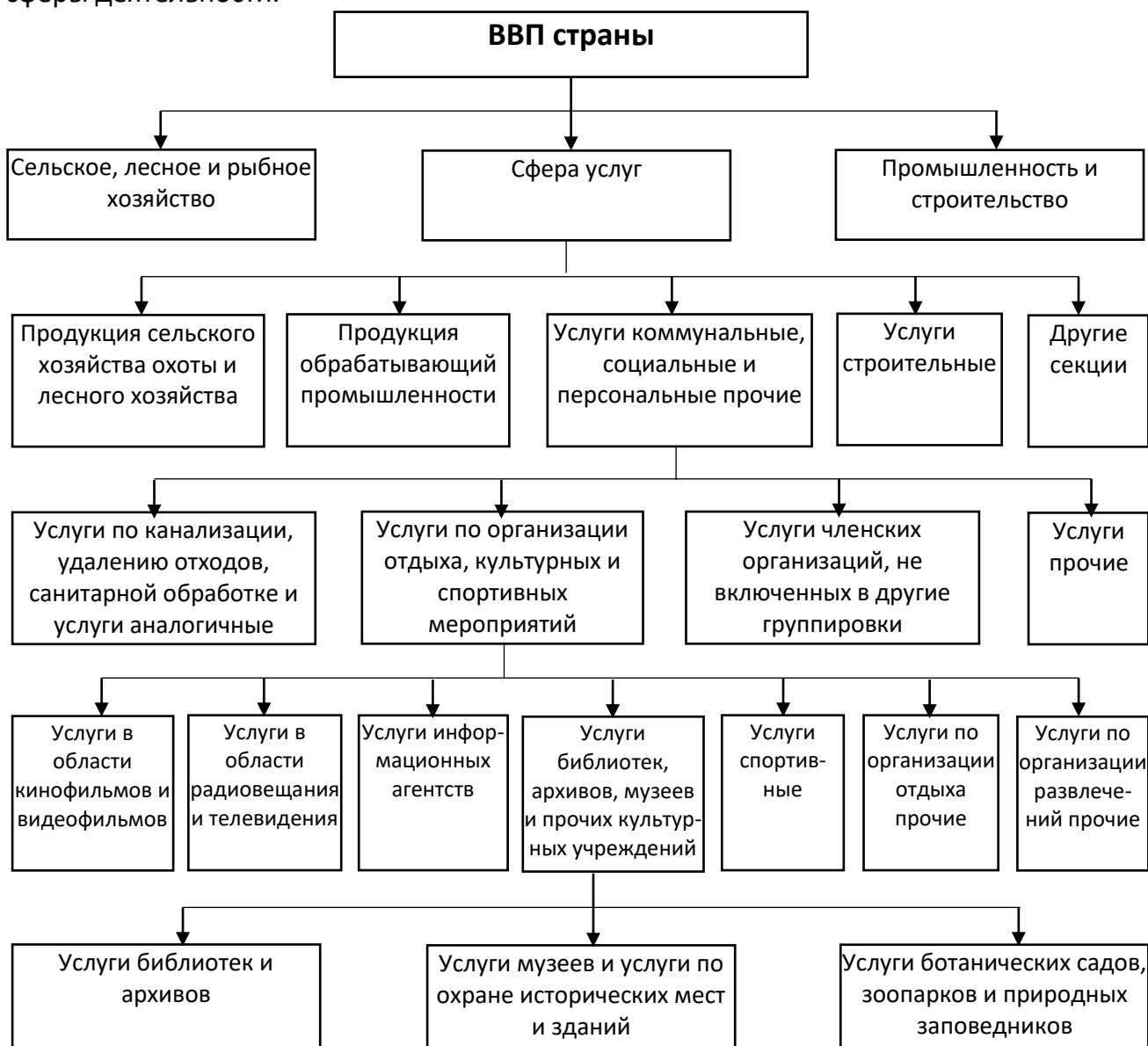


Рисунок 2. Место музейных услуг в общегосударственном классификаторе услуг по видам деятельности

Источник: авторская разработка по результатам исследования.

В данной классификации музейные услуги представлены на уровне с услугами по охране исторических мест и зданий, в рамках услуг по организации отдыха, культурных и спортивных мероприятий. При тщательном изучении сущности музейных услуг нужно отметить, что в классификаторе можно выделить большое количество смежных областей, которые находятся в прямой и косвенной взаимосвязи с музейными услугами. Среди наиболее крупных смежных областей, с которыми музейные услуги находятся в прямых отношениях можно выделить услуги в рамках сферы туризма и образования.

Выводы и предложения

На основании проведенного научного исследования целью которого являлось определение места и обозначения роли музейных услуг в системе сферы услуг, были сделаны следующие выводы

- Наблюдается общая тенденция роста сферы услуг в национальных экономиках и увеличения доли сферы услуг в ВВП развитых стран.

- Рост доли сферы услуг в экономике ученые рассматривают в рамках разных научно- теоретических моделей экономического развития общества.

- Анализ различных видов классификации сферы услуг позволил отметить классификацию, предложенную Ф. Лавелоком, как наиболее универсальную для данного исследования.

- Рассмотрение классификации сферы услуг с целью определения места музейных услуг позволит в дальнейшем четко выразить их экономический характер.

- Рассмотрение сопутствующих сфер в рамках классификатора музейных услуг, которые на прямую или косвенно входят в экономические взаимоотношения с музейными услугами.

- Определены наиболее близкие сферы услуг (сфера туризма и образования), с которыми музейные услуги находятся в прямых экономических взаимоотношениях.

Основываясь на вышесказанном, стоит отметить важность определения места музейных услуг в системе сферы услуг, а также установить прямую и опосредованную принадлежность музейных услуг в рамках классификации сферы услуг для правильного анализа и грамотной стратегии повышения их качества и эффективности. Стоит отметить рост сферы услуг в целом, что непосредственно ведет к увеличению спроса на услуги по организации досуга и культурных мероприятий, в том числе на музейные услуги. Четкое виденье места музейных услуг в системе сферы услуг предоставляет возможность ясного и внятного анализа данных услуг с определением основных направлений их экономической природы. Все это в целом положительно скажется на дальнейших теоретических исследованиях по экономической природе и по повышению эффективности музейных услуг, практически поможет выстроить грамотную стратегию по повышению эффективности музейных услуг в нашей стране.

Список литературы

1. Bell D. The coming of post-industrial society. A venture in social forecasting. Basic Books, New York, 1973

2. Fisher A. The Clash of Progress and Security. – London: Macmillan, 1935. – P. 230-238;

3. Clark C. The conditions of economic progress. – London: Macmillan. 1940. – 720 p.

4. Котов Е. В. и Котов К.Е. Неоиндустриализация экономики: теоретико-смысловой аспект Сборник научных работ, серии «Экономика» Донецк 2021.

5. С. А. Толкачев, А.А. Быков и Н. М. Глухова Неоиндустриализация и сервисизация: есть ли противоречие Мир новой экономики. 2019,13(3); 41 с.

6. Gallouj F., Savona M., “Innovation in services: a review of the debate and a research agenda”, *Journal of Evolutionary Economics*, 2009, vol. 19 pp. 149-172.
7. Baumol W.J. (1967), “Macroeconomics of unbalanced growth: the anatomy of an urban crisis”, *American Economic Review*, vol. 57 pp.415–426.
8. Djellal F., Gallouj F. *Measuring and Improving Productivity in Services: Issues, Strategies and Challenges*. Edward Elgar, Cheltenham. 2008.
9. Gallouj F., Weinstein O. “Innovation in Services”, *Research Policy*, vol. 26 1997 pp. 537-556.
10. Lovelock C. H. *Services marketing: people, technology, strategy* / C. Lovelock, J. Wirtz. -7th ed. - New Jersey: Prentice Hall, 2011. - 626 p.
11. Котлер Ф. *Основы маркетинга: учебник* / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 1990. – 256 с.
12. Пардаев М.К., Очиллов И.С. *Хизмат курсатиш соҳаси корхоналарида самарадорликни ошириш йуллари*, Монография, Тошкент. 2011.
13. Пардаев М., Мирзаев К., О. Пардаев О. *Хизматлар соҳаси иктисодиёти, уқув кулланма*, Тошкент. 2014
14. Показатели Мирового развития. Экономика и рост. World Bank. [Электронный ресурс]. URL: <https://data.worldbank.org/indicator>
15. Классификатор услуг ВТО. [электронный ресурс] URL:https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/serv_sectors_e.ht
16. Общегосударственный классификатор услуг по видам деятельности Республики Узбекистан [электронный ресурс] URL: https://nrm.uz/contentf?doc=395904_klassifikator_uslug_po_vidam_deyatelnosti&products=1_vse_zakonodatelstvo_uzbekistana