

*Кубарь М.А., кандидат экономических наук,  
доцент кафедры экономики, философии и социальных дисциплин  
ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
Россия, п. Персиановский*

*Kubar M. A., candidate of economic sciences,  
associate Professor of Economics, philosophy and social Sciences  
Of the "don state agrarian University",  
Russia, p. Persianovski*

## **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ И ИХ ВИДЫ**

*Аннотация: в статье рассматриваются основные виды потребительских услуг, а также дана краткая характеристика.*

*Ключевые слова: потребительские услуги, виды, сфера, классификация.*

## **CONSUMER SERVICES AND THEIR TYPES**

*Abstract: the article discusses the main types of consumer services, and also gives a brief description.*

*Keywords: consumer services, types, scope, classification.*

В современных условиях особенности услуг и их отличия друг от друга делают невозможным создание обоснованной классификации. Обычно их подразделяют по сферам, в которых они оказываются. Так, принято выделять медицинские, пассажирские, спортивные, образовательные, информационные, банковские, юридические, охранные, ветеринарные услуги, а также услуги в сфере общественного питания, красоты, ремонта, поддержания чистоты и недвижимости.

Потребительские услуги представляют собой результаты деятельности, удовлетворяющие личные потребности населения, но не воплощающиеся в продуктах.

Исторически каждый вид услуг рассматривался отдельно, как особая сфера деятельности с присущими ей особенностями. А вся сфера услуг представлялась как совокупность этих многих видов деятельности и фактически сводилась к их перечислению.

В мире наблюдается тенденция к выделению определенных классов услуг, которые отличаются между собой, а услуги внутри них имеют идентичные проблемы и возможности. При всем разнообразии услуг их можно классифицировать по следующим типам:

1. Производственные (инжиниринг, лизинг, обслуживание (ремонт) оборудования и др.);
2. Распределительные (торговля, транспорт, связь);
3. Профессиональные (банки, страховые, финансовые, консультационные, юридические, рекламные и другие фирмы);
4. Потребительские (массовые) (услуги, связанные с домашним хозяйством и проведением досуга, личные услуги);
5. Общественные (ТВ, радио, образование, культура).

В свою очередь потребительские услуги разделяются на:

- 1) Рыночные (розничная торговля, общественное питание, жилищно-коммунальные услуги и др.);
- 2) Нерыночные (здравоохранение, социальное обеспечение).

Суммарно на долю потребительских услуг приходится около 20% российского ВВП и 40% занятых. Основной вклад в ВВП вносят рыночные потребительские услуги, по занятости две группы отраслей примерно равны.

Более систематичная классификация разделяет потребительские услуги по принципу: на кого или на что направлена услуга, и является ли она осязаемой или нет.

1. Осязаемые действия, которые направлены на тело человека. К ним относятся пассажирский транспорт, здравоохранение, общественное питание, спортивные заведения, салоны красоты, парикмахерские.

2. Осязаемые действия, которые направлены на физические объекты и товары. Это обслуживание и ремонт и оборудования, грузовой транспорт, услуги охраны, бытовые и ветеринарные услуги.

3. Неосязаемые действия, которые направлены на сознание человека. К ним относятся радио, ТВ, образование, СМИ, музеи, театры, кино.

4. Неосязаемые действия, связанные с неосязаемыми активами. Это юридические и консультационные услуги, банки, страхование и операции с ценными бумагами.

Данная классификация является основой в сфере нематериального производства.

Таким образом, можно сделать вывод, что классификация услуг позволяет улучшить понимание изучаемого явления, выделив отличительные черты каждого вида услуг, определить специфику методов управления организацией и специфику применения маркетинга. Разнообразные подходы к разделению услуг могут быть полезными при позиционировании услуг на рынке, они могут побудить к поиску новых видов услуг, не представленных на рынке.

#### **Использованные источники:**

1. Кусков, А. С. Потребительское право. Практикум : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А. С. Кусков, И. С. Иванов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 309 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06629-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/442050> (дата обращения: 08.09.2021).

2. Савченко Е. Я. Защита прав потребителей в Российской Федерации: в 2 ч. Ч. 2: Судебные споры и практические рекомендации по

восстановлению нарушенных прав: учеб. пособие / Е.Я. Савченко; под ред. Н.П. Герасимовой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014. – 235 с.