

Оцінка варіантів та обґрунтування рекомендованого рішення базується на таких критеріях:

1. *Результативність*. Запропоновані у першому варіанті заходи залишають незмінними механізми організації, моніторингу та прийняття результатів наукових досліджень і розробок замовниками у виконавців, тобто не впливають суттєво на реалізацію самих цих процесів та їхню результативність.

Збільшення фінансування наукової та науково-технічної діяльності до законодавчо встановленого рівня, що запропоновано у другому варіанті, є необхідною умовою ефективного використання науки як складової інноваційної моделі розвитку економіки. Але водночас необхідно забезпечити підвищення результативності та ефективності бюджетних витрат.

Лише третій варіант, у якому пропонується поєднати збільшення фінансування наукової та науково-технічної діяльності із покращенням міжгалузевої координації, запровадженням державного замовлення та програмно-цільового методу для всіх бюджетних програм наукових досліджень і розробок, здатний забезпечити підвищення їхньої результативності.

2. *Ефективність*. Запровадження запропонованих у третьому варіанті механізмів безпосередньо спрямоване на досягнення максимальної результативності використання видатків бюджету при отриманні наукових знань та розробленні технологій.

3. *Суспільна підтримка*. Покращення наукового забезпечення потреб економіки сприяє зростанню добробуту народу України. У запровадженні більш ефективних механізмів використання бюджетних коштів на наукові дослідження та розробки зацікавлене все суспільство. Можлива певна негативна реакція тих окремих вчених та колективів, які не зацікавлені у посиленні контролю центральних органів виконавчої влади, академій наук за витратами на наукові роботи, а також у більш чіткому регламентуванні відносин між замовниками та виконавцями.

4. *Адміністративна здійсненність*. Фінансові пропозиції третього варіанта відповідають Закону України "Про наукову і науково-технічну діяльність". Організаційні пропозиції мають необхідне кадрове та науково-технічне забезпечення.

5. *Справедливість*. Запропоноване сприяє більш справедливому розподілу доходів від наукової та науково-технічної діяльності між її суб'єктами залежно від отриманих результатів і не порушує справедливості в інших галузях та сферах щодо розподілу доходів, товарів і послуг.

рахунок коштів державного бюджету". 2. Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку України, схвалена постановою Верховної Ради України від 13.07.99 р., №916 – XIV. 3. Закон України "Про наукову і науково-технічну діяльність" // Відомості Верховної Ради України. — 1991.

Стаття надійшла до редакції
10.03.2004 р.

УДК 336.764:336.767

**Мищенко В. А.,
Коробков Д. В.**

МЕТОДЫ И МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬЮ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ НА ФОНДОВЫХ РЫНКАХ

This work deals with concretized methods and models used by the participants of stock markets and with management of securities investment attractiveness on the basis of their market value. The actions performed during long-term and short-term intervals are divided according to the length of influence. The logical model of selecting the optimal method of influence on securities market value and function is suggested. The participants of stock exchange as well as the regulative body are suggested to take into account the possibility of considered operations influence on the variation of securities market value.

Спекулянты, инвесторы, эмитенты, посредники и другие участники рынка ценных бумаг стремятся тем или иным способом увеличить прибыль с каждой проводимой ими операции. В своей деятельности они полагаются на имеющиеся теоретические и приобретенные практические знания и навыки в области инвестирования. Применение определенных методов и моделей управления инвестиционной привлекательностью корпоративных ценных бумаг на основе изменения их курсовой стоимости, обычно не рассматриваемых в теории классического инвестирования, может принести их организаторам больший доход за аналогичный интервал времени.

Некоторые такие методы и модели с использованием всемирной компьютерной сети Интернет, успевшие уже стать классическими, были описаны в

работе российских практиков Ковалевича М. и Гудимова О. [1, с. 25 – 26]. В работе Уварова О. и Фоминой Л. [2, с. 15] выявлены общие методы манипулирования и наиболее часто применяемые модели мошенничества с ценными бумагами, которые оказывают непосредственное влияние на их инвестиционную привлекательность. Работа отечественных исследователей Мельничука Н. и Юрчук Г. [3, с. 2 – 8] показывает и обосновывает преимущества для эмитентов интеграции информационных технологий в мировые фондовые рынки.

Цель данной статьи — раскрыть основные методы и модели влияния на курсовую стоимость корпоративных ценных бумаг, которые будут осуществляться в виде различных операций на фондовых биржах, конкретизировать механизмы их воздействия на инвестиционную привлекательность, а также произвести их разделение по степени продолжительности влияния на краткосрочное и долгосрочное. В данной статье не будут затронуты внешние и внутренние факторы, воздействующие на финансово-хозяйственную деятельность предприятия, а следовательно, и способные оказывать непосредственное влияние на инвестиционную привлекательность ценных бумаг различных предприятий.

Понятие "инвестиционная привлекательность" означает наличие таких условий инвестирования, которые влияют на предпочтение инвестора в выборе того или иного объекта инвестирования. Таким образом, в случае с ценными бумагами корпораций под управлением инвестиционной привлекательностью будет подразумеваться планирование и осуществление действий, носящих прямой либо косвенный характер на фондовых биржах и направленных на искусственное контролирование выбранных курсов ценных бумаг. Зачастую данные действия являются попыткой продавать ценные бумаги по ценам, выше или ниже тех, которые бы устанавливались в результате естественного воздействия соотношения предложения и спроса. Лица, осуществляющие данные операции на фондовых биржах, которые в большинстве случаев могут носить незаконный характер в одной стране, но признаны законными в другой, называются манипуляторами.

Практическая деятельность фондовых бирж в странах с развитой экономикой показывает, что управление инвестиционной привлекательностью корпоративных ценных бумаг с точки зрения их курсовой стоимости совершается ради достижения одной из трёх целей:

повышения цены. Манипулятор сбывает акции по возросшей цене. Это наиболее обычная цель управления инвестиционной привлекательностью;

стабилизации цены. Конечным результатом стабилизации является то, что ценные бумаги продаются по ценам, лучше тех, которые установились бы естественным путём. Необходимость стабилизации часто возникает при первичном размещении нового выпуска. Этот метод редко подвергается критике на западных рынках ценных бумаг, поскольку подобная практика разрешена большинством комиссий по ценным бумагам и биржам при условии полного информирования инвесторов о том, что гаранты размещения используют данную тактику для поддержания цены;

снижения цены. Манипуляторы, за исключением спекулянтов, играющих на понижение, которые стремятся получить прибыль на коротких продажах, редко ставят перед собой эту цель.

Кроме того, в случае общего снижения цен большинство участников рынка ценных бумаг склонно действовать под девизом: "Покупай дешево, продавай дорого". При целенаправленных профессиональных действиях манипуляторов в результате падения курсовых стоимостей выбранных ценных бумаг и достижения ими новых определённых ценовых уровней поддержки часть инвесторов и спекулянтов начнёт производить активную покупку недавно котирувавшихся по более высокой стоимости ценных бумаг. Но при этом возможны несколько вариантов дальнейшего развития событий на фондовой бирже:

1) цена продолжит падение (в случае, если величина предложения будет значительно превышать величину спроса на данные ценные бумаги);

2) цена на определённый интервал времени окажется сравнительно фиксированной (в новом ценовом коридоре);

3) цена начнёт расти (в случае, если величина спроса будет значительно выше, чем величина предложения, а также если участники рынка будут осведомлены о действиях манипуляторов).

Таким образом, участникам рынка ценных бумаг необходимо заранее планировать возможные варианты развития событий и строить оптимально соответствующую их целям торговую тактику.

Самыми ранними моделями управления инвестиционной привлекательностью корпоративных ценных бумаг, получившими наибольшее распространение в США до периода великой депрессии и распространившимися практически на все фондовые биржи в странах с рыночной экономикой, являлись продажи-стирки, создание корнеров и пулов [4, с. 367 – 381]:

1) *продажи-стирки* (wash sales) являются псевдо-продажами: никакого перехода прав собственности при их осуществлении не происходит. Суть их меха-

низма сводилась к одному из трёх вариантов: а) два брокера симулировали на бирже продажу ценных бумаг, цена на которые была ими заранее согласована; б) предложение продать или купить принималось, но ценные бумаги и деньги из рук в руки не переходили; в) осуществлялась раздача манипуляторами противоположных приказов у различных двух брокеров либо же продажа определённого пакета акций партнёру или сообщнику (затем расходы сообщника компенсировались, а акции возвращались к первоначальному владельцу). Основной целью продаж-стирок является установление фиктивной цены для получения прибыли или фиксации убытка;

2) *корнер* (от англ. corner — угол) — это спекулятивная ситуация на бирже, когда собственность на находящиеся в обращении акции настолько сконцентрирована, что продавцы, занявшие короткие позиции, могут найти требующиеся им ценные бумаги только у небольшого количества членов группы владельцев этих бумаг. При такой ситуации цены на акции растут как естественным образом, так и в результате манипулирования. По мере роста цен спекулянты начинают осуществлять короткие продажи своих акций, предвидя, что цены поднялись слишком высоко и вскоре произойдёт их падение. Они занимают акции для коротких продаж; часто ценные бумаги выдаёт в займы группа, контролирующая их рынок. В конце концов спекулянты, стремящиеся закрыть свои позиции, начинают вновь покупать свои акции, которые они продавали при короткой позиции и, поскольку эти акции есть в наличии только у контролирующей их рынок группы, им приходится соглашаться на цену, диктуемую этой группой. Таким образом, можно сказать, что спекулянты и инвесторы, занявшие короткую позицию, оказываются загнанными в угол;

3) *пулом* (торговым, опционным и на обыкновенные акции) называется временное объединение двух и более лиц с целью совместного проведения операций с ценными бумагами, имеющих характер манипуляции. Пул пользовался внутренней информацией компании, которая в большинстве случаев до акционеров и широкой публики обычно не доводилась. Её можно было должным образом интерпретировать; она полностью соответствовала действительности. Кроме того, пул всегда мог распространить информацию о делах корпорации именно в тот момент, когда его операции обещали принести максимальные прибыли. Обычно пулы в полной мере пользовались своим информационным преимуществом: ведь всегда найдётся множество способов организовать утечку информации, которая благоприятно отразится на курсе ценных бумаг.

Последовательность действий в операциях пулов состоит в:

выборе подходящего момента для начала операции. Таким моментом может быть время, когда ситуация на рынке располагает к повышению (понижению) курсов;

аккумулировании акций выбранной компании путём скупки их на открытом рынке или с помощью опционов;

активизации рынка данных акций. Она достигается посредством имитации рыночной активности. Одним из способов является энергичное взбалтывание акций на рынке, которое заключается в том, что пул просто покупает и продаёт выбранные ценные бумаги в огромных количествах. По мере роста курса под влиянием увеличения объёма торговли на рынок выходят всё новые и новые покупатели, которые ещё больше увеличивают рыночную активность и, следовательно, своими действиями только способствуют дальнейшему росту курса, что и было целью всей операции пула;

формировании интереса к акциям сторонних лиц. Оно осуществляется с помощью непрерывного потока заранее отобранной и необходимой для целей пула разносторонней информации о компании-эмитенте;

распродаже акций пула без подрыва самого рынка до окончательной распродажи при достижении необходимой цены на акции на устойчивом и в то же время активном рынке.

Другого рода методы воздействия на инвестиционную привлекательность корпоративных ценных бумаг с позиции их курсовой стоимости состоят в следующем: распространении различного рода информации об эмитенте или его ценных бумагах; искусственном формировании спроса и предложения на ценные бумаги; заключении соглашений между заинтересованными лицами и маркет-мейкером с целью манипулирования инвестиционной привлекательностью ценных бумаг (с позиции как их курсовой стоимости, так и основных инвестиционных характеристик, например, таких, как доходность, ликвидность и др.). Так, наиболее распространённые способы управления ликвидностью акций со стороны эмитента связаны с их выкупом, который может производиться самим акционерным обществом или независимой компанией.

Для улучшения инвестиционной привлекательности своих ценных бумаг эмитенту недостаточно уделять внимание только собственному финансовому состоянию. Необходимо воздействие непосредственно на уровне ценных бумаг путем [5, с. 64]:

1) увеличения количества акций в обращении за счёт новой эмиссии. Приток на рынок большего

количества обыкновенных акций в результате непродуманного размещения дополнительных эмиссий резко ухудшает конъюнктуру рынка и снижает стабилизировавшийся уровень цен. С помощью новых выпусков возможно изменение состава и структуры владельцев компании, что в дальнейшем отразится на ее деятельности, а следовательно, и инвестиционной привлекательности у широкого круга инвесторов;

2) установления параметров эмиссии, таких, как номинал, цена и условия размещения, размеров дивидендов по обыкновенным и привилегированным акциям, которое может оказать как положительное, так и отрицательное воздействие на инвестиционную привлекательность. В зависимости от целей эмитента можно привлечь или наоборот оттолкнуть определенный тип инвесторов;

3) консолидации и дробления. В результате консолидации две или более акций конвертируются в одну новую акцию той же категории (типа). В случае образования при консолидации дробных акций они подлежат выкупу обществом по рыночной стоимости. Дробление размещенных акций общества производится путем конвертации одной акции общества в две или более акций той же категории (типа). Данные операции обеспечивают доступ или, напротив, отстранение мелких держателей. Особенно важно, что это касается не только будущих инвесторов, но и уже существующих акционеров, которые фактически могут быть принуждены к продаже дробных частей своих акций или, наоборот, становятся владельцами большего их количества. Все эти изменения вызывают движение цен на вторичном рынке акций;

4) прямых операций на вторичном рынке ценных бумаг, например, таких, как осуществление выкупа некоторой доли ценных бумаг у инвесторов напрямую без участия посредников и заключения соглашений с маркет-мейкерами.

При широком распространении информационных технологий на финансовых рынках деятельность их участников стала осуществляться посредством электронного обращения активов с установлением на них цены в режиме реального времени. Данные новшества повлекли за собой возможность оперативного (и в то же время анонимного) либо через третьих лиц осуществления управления, а в некоторых случаях и манипулирования инвестиционной привлекательностью выбранных ценных бумаг.

Методом привлечения внимания к ценным бумагам, получившим широкую популярность на современных, полностью компьютеризированных, мировых фондовых биржах, является так называемая поддержка со стороны показателей технического ана-

лиза. Она заключается в совершении сделок с нужными ценными бумагами в нужном направлении, информация о которых отражается на торговом терминале в процессе передачи непрерывного потока данных. Таким образом, при использовании инвесторами и спекулянтами инструментов технического анализа цель достигалась довольно быстро путём повторяющихся сделок с ценными бумагами, к которым надо было привлечь внимание. Этот метод является весьма эффективным, так как подавляющее большинство лиц, осуществляющих деятельность на фондовой бирже, принимают свои спекулятивные решения почти исключительно на основе информации торгового терминала и на сообщениях средств массовой информации. Различные группы инвесторов и спекулянтов, ожидающие сигналов графиков технического анализа или важных новостей, чтобы начать действовать, получают и то и другое от профессиональных манипуляторов рынка.

Огромное количество сайтов в сети Интернет, предлагающих различным инвесторам и спекулянтам возможность осуществлять торговлю ценными бумагами, значительно увеличивает риск быть вовлечёнными в различного рода мошеннические схемы. По этой причине распоряжением Президента США от 5 августа 1999 года была создана Рабочая группа по противоправному поведению в сети Интернет. В результате её деятельности были определены виды преступлений, получивших наибольшее распространение, среди них: мошенничество в Интернете; детская порнография в Интернете; торговля наркотиками и ограниченными в обороте лекарственными средствами через Интернет; торговля огнестрельным оружием через Интернет; торговля алкоголем через Интернет. Кроме того, одним из наиболее опасных видов преступлений было названо мошенничество и различного рода противозаконные манипуляции при торговле ценными бумагами через Интернет.

Наиболее часто применяемые современные модели манипулирования с целью управления инвестиционной привлекательностью ценных бумаг либо непосредственно обмана, по данным результата анализа типичных мошеннических действий, выявленных Комиссией по ценным бумагам и биржам США, выглядят следующим образом [6]:

схема "увеличить и сбросить" (Pump&Dump) — вид рыночной манипуляции, заключающейся в извлечении прибыли за счет продажи ценных бумаг, спрос на которые был искусственно сформирован. Манипулятор, называясь инсайдером, или осведомленным лицом, и распространяя зачастую ложную информацию об эмитенте, создаёт повышенный спрос на определённые ценные бумаги, способствует

повышению их цены, затем осуществляет продажу ценных бумаг по завышенным ценам. После совершения подобных манипуляций цена на рынке возвращается к своему исходному уровню, а рядовые инвесторы оказываются в убытке. Данный приём используется в условиях недостатка или отсутствия информации о компании, ценные бумаги которой редко выставляются на торги. Данная схема может применяться и в обратном варианте с целью игры на понижение котировок акций того или иного эмитента;

схема финансовой пирамиды (Pyramid Scheme) при инвестировании денежных средств, используя интернет-технологии, полностью повторяет классическую финансовую пирамиду. При использовании данного приема инвестор получает прибыль исключительно за счет вовлечения в игру новых инвесторов;

схема "надежного" вложения капитала (The "Risk-free" Fraud) заключается в распространении через Интернет инвестиционных предложений с низким уровнем риска и высоким уровнем прибыли. Как правило, это предложение несуществующих, но очень популярных проектов, таких, как вложения в высоколиквидные ценные бумаги банков, телекоммуникационных компаний в сочетании с безусловными гарантиями возврата вложенного капитала и высокими прибылями;

"экзотические" предложения (Exotic Offerings), например, распространение через Интернет предложения акций коста-риканской кокосовой плантации, имеющей контракт с сетью американских универсамов, с банковской гарантией получения через непродолжительный промежуток времени основной суммы инвестиций плюс 15% прибыли;

мошенничества с использованием банков (Prime Bank Fraud) заключаются в том, что мошенники, прикрываясь именами и гарантиями известных и уважаемых финансовых учреждений, предлагают инвесторам вложение денег в ничем не обеспеченные обязательства с нереальными размерами доходности;

навязывание информации (Touting): часто инвесторов вводят в заблуждение недостоверной информацией об эмитенте, преувеличенными перспективами роста компаний, ценные бумаги которых предлагаются. Недостоверная информация может быть распространена среди широкого круга пользователей компьютерной сети самыми разнообразными методами: размещена на информационных сайтах, электронных досках объявлений, в инвестиционных форумах, разослана по электронной почте по адресам, а также другими способами.

Как отмечают американские криминалисты в области рынка ценных бумаг, опасность от приме-

нения вышеописанных схем мошенничества и манипуляций может резко возрасти при использовании в преступных целях компаний, учрежденных за границами государства, как правило, в оффшорных зонах, поскольку правоохранительные органы испытывают серьезные трудности при отслеживании и преследовании иностранных мошенников. Кроме того, анонимность, которую предоставляет своим пользователям сеть Интернет, возможность охвата большой аудитории, высокая скорость и гораздо более низкая стоимость распространения информации по сравнению с традиционными средствами делает Интернет наиболее удобным инструментом для различного рода манипуляций на рынках ценных бумаг.

Таким образом, все вышеизложенные методы и модели как управления, так и манипулирования инвестиционной привлекательностью корпоративных ценных бумаг можно разделить по продолжительности воздействия, которая приведена в таблице.

Таблица

Продолжительность воздействия методов и моделей управления инвестиционной привлекательностью ценных бумаг

Методы и модели управления инвестиционной привлекательностью корпоративных ценных бумаг	
Краткосрочный период воздействия:	Долгосрочный период воздействия:
1) продажи-стирки	1) создание корнера
2) имитация активности рынка	2) создание пула на основе акций
3) распространение различного рода информации об эмитенте или его ценных бумагах, способной повлиять на их курсовую стоимость	3) создание торгового пула
4) поддержка со стороны показателей технического анализа	4) создание опционного пула
5) искусственное формирование спроса на ценные бумаги	5) увеличение количества ценных бумаг в обращении за счет новой эмиссии
6) консолидация и дробление	6) установление параметров эмиссии
7) навязывание информации	7) заключение соглашений между заинтересованными лицами и маркет-мейкером

С помощью охарактеризованных в полной мере основных методов и моделей, способных оказывать влияние на изменение курсовых стоимостей долевых

ценных бумаг предприятия (а следовательно, и на их привлекательность у инвесторов и спекулянтов), можно построить логическую модель определения оптимального метода воздействия на курсовую стоимость, представленную на рисунке.

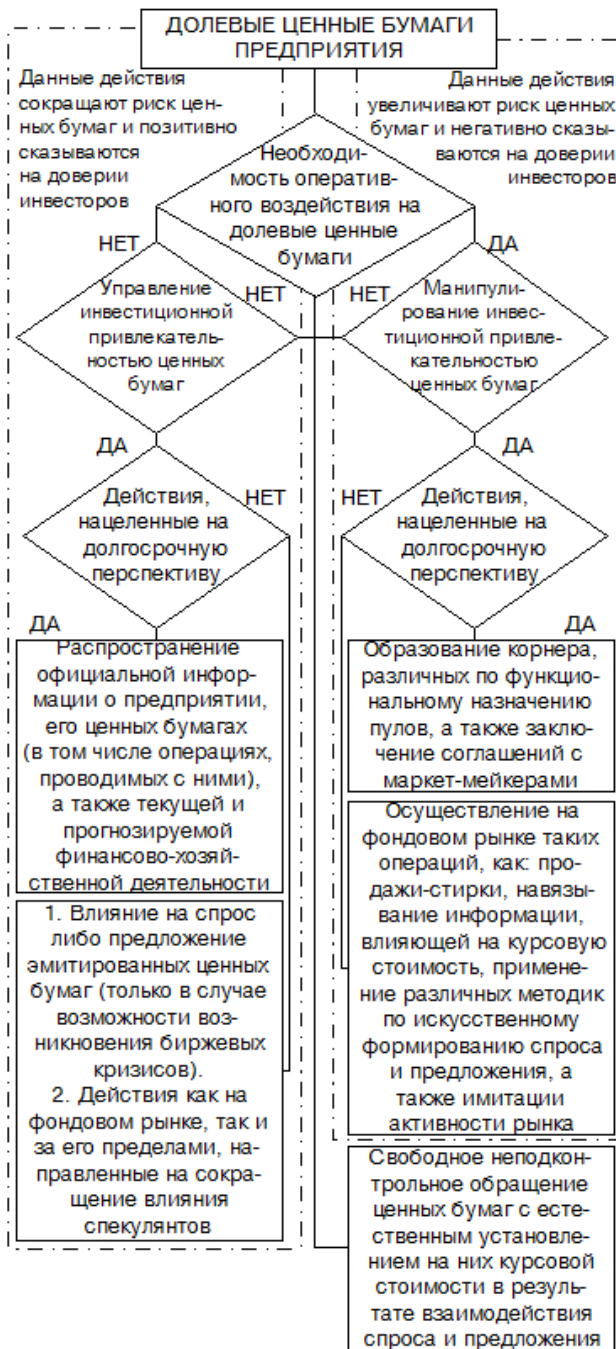


Рис. Логическая модель определения оптимального метода воздействия на курсовую стоимость ценных бумаг

Кроме того, данная модель позволяет субъектам, занимающимся управлением инвестиционной привлекательностью ценных бумаг на фондовом

рынке, учитывать вероятностные изменения проводимых ими действий не только на имидж компании, но и на присвоенные независимыми агентствами рейтинги, изменение β -коэффициента, а также на общее соотношение спроса и предложения.

Общее влияние на различные группы факторов, которое окажет каждое отдельно выбранное действие в различной степени и продолжительности (и которое может отразиться не только на фондовом рынке, но и на экономической системе), направленное на изменение курсовых стоимостей ценных бумаг, можно выразить функцией, приведенной в формуле:

$$CS = f(t, p, \Sigma M, D, \Delta RT),$$

где CS — изменение курсовой стоимости ценных бумаг;
 t — интервал времени, выражающий продолжительность воздействия применяемого метода на другие факторы;
 p — вероятность наступления события;
 ΣM — совокупность внутренних и внешних факторов, подверженных изменению в результате проводимых действий;

D — степень воздействия;

ΔRT — изменение рейтинга эмитента и его ценных бумаг.

Изменение рейтинга рассматривается отдельно от ΣM , поскольку оно способно оказывать отличное от других факторов влияние на инвестиционную привлекательность ценных бумаг.

Рассмотрев типичные способы управления изменением курсовой стоимости ценных бумаг как с использованием сети Интернет, так и без неё, отдельные из которых могут носить характер манипулирования, необходимо отметить, что украинский рынок ценных бумаг в известной степени идентичен западному. Это означает, что при недостаточном внимании к операциям, связанным с управлением инвестиционной привлекательностью корпоративных ценных бумаг, Украину может также ожидать появление идентичных способов манипулирования, а порой и мошенничества на отечественном рынке ценных бумаг.

Впоследствии описанные операции с корпоративными ценными бумагами на фондовых рынках с целью повышения их инвестиционной привлекательности могут быть дополнены, уточнены, а также учтены органами, регулирующими деятельность отечественного рынка ценных бумаг.

Литература: 1. Ковалевич М. Интернет: Махинации с ценными бумагами / М. Ковалевич, О. Гудимов // Журнал для акционеров. — 2000. — №7. — С. 25 – 26. 2. Уваров О. Мошенничество, манипуляция и другие правонарушения с ценными бумагами / О. Уваров, Л. Фомина // Рынок ценных бумаг. — 1999. — №16(151). — С. 15. 3. Мельничук М.

Интернет-трейдинг та особливості організації інтернет-послуг на фондових і валютних ринках / М. Мельничук, Г. Юрчук // Вісник Національного банку України. — 2002. — №8. — С. 2 – 8. 4. Тьюлз Р. Фондовый рынок / Р. Тьюлз, Э. Брэдли, Т. Тьюлз: Пер. с англ. — 6-е изд. — М.: ИНФРА-М, 1997. — 648 с. 5. Розанова Е. Ю. Управление инвестиционной привлекательностью акций // Менеджмент в России и за рубежом. — 2000. — №1. — С. 56 – 81. 6. www. sec. gov.

Стаття надійшла до редакції
23.01.2004 р.

УДК 338.46

**Холодный Г. А.,
Техова О. А.**

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ВИДОВ УСЛУГ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА

One of the most noticeable tendencies of the latest years are the growing role of the service-producing in the society development, the involvement of labour and material resources into this sector, the intensification of its interaction with material production branch. The author suggests the list of classification features allowing to systematize different types of services.

Сфера услуг включает обширную группу отраслей, отличительной чертой которых является создание нематериальных благ, удовлетворяющих разнообразные общественные потребности. Результаты труда в этих отраслях не принимают предметную форму, а выступают в виде полезного эффекта, неотделимого от самой деятельности [1].

По своему функциональному назначению сфера услуг не представляет собой единого комплекса. Это чрезвычайно неоднородная группа отраслей, выполняющих существенно отличные функции. Например, такая специфическая отрасль производства нематериальных благ, как наука, генерируя научные знания в виде идей, проектов, разработок и т. д., непосредственно влияет на производство и является в современных условиях его органической частью. В то же время в сфере услуг имеется обширная "индустрия" обслуживания населения (парикмахерские, прачечные и пр.), которая ориентируется на удовлетворение бытовых, потребительских нужд.

Ряд отраслей (торговля, финансы) занимают по этому признаку промежуточное положение: они участвуют в обслуживании как производства, так и потребления.

Неоднородность сферы услуг требует дифференцированного подхода к анализу тенденций и факторов развития, характеристике источников роста, социальных противоречий, сопутствующих развитию каждой отрасли. Тем не менее комплексный подход к анализу услуг также вполне оправдан. Отрасли, входящие в эту сферу, имеют ряд общих черт, существенно отличающих их от сферы материального производства.

Целью данного исследования является создание полного перечня классификационных признаков, позволяющего систематизировать различные виды услуг.

Важным вопросом в процессе изучения сферы услуг является их оптимальная классификация. Именно грамотная систематизация всех видов услуг способна определить основные характеристики и тем самым выделить определенную услугу из ряда других, улучшить понимание изучаемой услуги, дать надежную информацию для дальнейших решений, связанных с деятельностью по ее предоставлению.

Ранее наиболее часто сферу услуг представляли как совокупность видов деятельности и вся классификация сводилась лишь к их перечислению. На сегодняшний день встречается и ряд других классификаций, наиболее распространенной из которых является классификация, предложенная Ловелоком [2]. Главным в этой классификации является признак осязаемости и направленности (на кого или на что направлены) услуги (табл. 1).

Таблица 1

Классификация услуг, предложенная Ловелоком

№	Основные классы услуг	Сферы услуг
1	Осязаемые действия, направленные на тело человека (как объект)	Здравоохранение, пассажирский транспорт, парикмахерские, кафе
2	Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты	Грузовой транспорт, охрана, ремонт оборудования, прачечные, ветеринарные услуги
3	Неосязаемые действия, направленные на сознание человека	Образование, информационные услуги, театры, музеи
4	Неосязаемые действия с неосязаемыми активами	Банки, юридические и консультационные услуги, страхование

Котлер Ф. [3] же в своих работах классифицирует услуги по несколько другим признакам (табл. 2).