

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

СИМОНЯН Г. А.

THEORETICAL FOUNDATIONS
OF SERVICE INDUSTRY
FORMATION

SIMONYAN G. A.

The article examines theoretical basis of service industry formation and brings in service classification and its features.

В статье рассматриваются теоретические основы формирования сферы услуг. Приводится классификация услуги и ее характерные черты.

Keywords: theory, service industry, characteristics.

Ключевые слова: теория, сфера услуг, характеристика.

УДК 338

Сфера услуг и услуга как достаточно сложное общественное явление выступают объектом изучения разнообразных наук: экономики, маркетинга, менеджмента, социологии, права, информатики, психологии и других. В рамках исследовательских парадигм, каждая из которых актуализирует отдельные аспекты услуги, наиболее значимые для той или иной научной области, разрабатываются принципы и технологии взаимодействия производителя и потребителя услуги, выявляются эффективные механизмы такого взаимодействия. Однако необходимо отметить, что в настоящее время не существует завершенной теории услуг, которая систематизировала бы имеющиеся методологические и практические подходы к изучению и управлению этой сферой. В данном случае сформулирован в основном ряд теоретических положений, освещающих исследуемый феномен с разных точек зрения. Разработка целостной теории услуг помогла бы решить не только теоретико-методологические проблемы, которые имеют место в данной области, но и многие практические вопросы, которые обусловлены особенностями услуги как товара. Эти особенности часто не позволяют применить к сфере услуг нормативно-правовые документы, которые достаточно эффективно используются для регулирования товарно-денежных отношений на рынках традиционных товаров.

В этой связи представляется актуальной и важной разработка концептуальных основ теории услуг, которая могла бы стать объединяющим принципом исследования в разных предметных областях и явиться в том числе базой для разработки эффективных механизмов управления в сфере услуг. Услуга есть потребительная стоимость труда не как продукта – результата предыдущей деятельности, а как самой деятельности; неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо. Ее предоставление может быть связано с материальным продуктом. Услуга характеризуется такими специфическими чертами, как:

Неосязаемость. Услугу как способ удовлетворения потребностей ее достои-

нствам и недостаткам. Это требует от производителя услуги применение специальных методов повышения доверия к данной услуге.

Неразрывность производства и потребления услуги. Значительная часть услуг такова, что в них соединяется во времени и в пространстве процесс производства, распределения и потребления услуги. Однако по мере индустриализации сферы услуг происходит активное отделение производственной стадии от стадии распределения и потребления. Кроме того, в условиях новых коммуникационных технологий многие виды услуг или принимают форму товара или исключают контакт между производителем услуги и ее потребителем.

Непостоянство качества. Значительная доля услуг предоставляется клиенту непосредственно работником организации или учреждения сферы услуг. Поэтому качество предоставляемых услуг в решающей степени зависит не только от стабильных факторов, но и от многих изменяющихся факторов.

Кроме того, на качество услуги влияет масса сопутствующих обстоятельств (скорость оказания услуги, комплексный характер услуги и ее дополняемость другими видами услуг и т.п.). Данные обстоятельства затрудняют установление стандартов качества услуги, хотя именно в этом направлении предпринимаются основные усилия по достижению постоянства качества. Непостоянство качества обусловлено также индивидуальным характером многих видов услуг, зависимостью необходимого качества услуги от индивидуальных запросов конкретного потребителя.

Несохраняемость. Несохраняемость услуги в значительной мере обусловлена неразрывностью ее производства, распределения и потребления. На несохраняемость влияет также необходимость личного контакта между производителем услуг и клиентом. Несохраняемость услуги существенным образом влияет на процесс ее распределения, она ограничивает возможности использования сезонных и иных колебаний спроса во времени, ведет к определенному переизбытку мощностей предприятий сферы услуг в отдельные периоды времени.

Учитывая особенности услуги, можно выделить следующие характеристики ее предоставления:

- требования к услуге должны быть четко определены как характеристики, поддающиеся наблюдению и оценке потребителем;

- в большинстве случаев управление услугой и характеристики предоставления услуги могут быть достигнуты только путем обеспечения управления процессом предоставления услуги.

Характеристика услуги или процесса ее предоставления может иметь количественное выражение (подвергаться измерению) или качественное выражение (подвергаться сопоставлению по качеству) в зависимости от того, как и кем дается оценка – сервисной организацией или потребителем.

В современной научной литературе изучению категории «услуга» уделяется значительное внимание. В работах выясняется экономическая природа услуг, уточняется экономическая трактовка этой категории, определяются перспективные направления всей сервисной сферы в рамках рыночной трансформации общества.

Учитывая всю сложность и условность трактовки такого многогранного понятия, каким является услуга, можно предложить следующее определение: услуга – это хозяйственная деятельность, направленная на удовлетворение потребностей заказчиков – физических и/или юридических лиц – путем предоставления им духовных, социальных, материальных благ или создающая условия для потребления указанных благ. Услуга является специфическим продуктом, произведенным по требованию заказчика, и выражается в изменении условий потребления продукта или в изменении состояния самого потребителя.

Существующие в настоящее время классификации в сфере услуг требуют дальнейшего уточнения и систематизации, что обуславливает важность определения главных и второстепенных критериев классификации указанных услуг. Изучение технологических особенностей производства в сфере услуг, взаимосвязь услуг и овецественных товаров, изменение соотношения в технологических процессах вещественных и неувещественных продуктов, отраслевые особенности доли в конечном продукте собственно услуг или овецественных товаров являются исключительно актуальными. Подобные вопросы невозможно решить без

теоретического осмысления сущности услуги, однако их исследование имеет в значительной степени и прикладное значение, поскольку специфика технологии производства в сфере услуг, ресурсная составляющая и целевая установка непосредственно определяют систему менеджмента и маркетинга в сфере услуг.

Технологические особенности производства услуг непосредственно взаимосвязаны с проблемами формирования и установления систем стандартизации. Вопросы унификации, стандартизации и сертификации применительно к услугам можно отнести к наиболее сложным для разработки. В современных публикациях, посвященных услугам, много внимания уделяется управлению качеством, приводятся модели качества услуг, описываются этапы измерения качества с использованием различных методик, однако до сих пор остается актуальным вопрос о том, что такое качество услуги.

Обязательным элементом теории услуг является изучение экономических основ и особенностей их производства, предоставления и потребления в рамках рыночной экономики. Наличие предприятий и организаций разных форм собственности, организационно-правовых форм, относящихся к различным секторам экономики, требует дифференцированных подходов к постановке целей и определению стратегии их деятельности, формированию источников ресурсного обеспечения деятельности, построению критериев эффективности функционирования, обеспечению адекватной кадровой политики и созданию системы отношений с внешними участниками процесса производства услуг.

Важной частью теории услуг должен стать и такой неотъемлемый компонент функционирования этой сферы, как финансовый механизм обеспечения производства услуг.

При разработке теории услуг необходимо учитывать специфику этой сферы деятельности, которая определяется технологическим процессом, целями деятельности, ресурсами и источниками финансирования, кадровой политикой,

сегментом потребителей, приемами менеджмента и концепциями маркетинга, особенностями продвижения и коммуникации, а зачастую и формой собственности.

Рассмотрение услуг как юридических объектов также является важным в проводимом исследовании. Необходимо отметить, что услуге как объекту гражданских прав посвящено достаточное количество публикаций. Однако до сих пор у ученых нет согласия в том, чем отличается работа от услуги и в чем особенность каждой из них как объектов гражданских прав. Данный вопрос имеет не только теоретическое значение, но его разрешение может в значительной степени повлиять на практику бизнеса в сфере услуг, так как от него зависят виды договоров на оказание различных услуг.

В ряду перечисленных основных концептуальных направлений, которые могли бы быть включены в теорию услуг, наиболее актуальными являются направления, связанные с экономикой и управлением в сфере услуг. Интерес к данной проблематике проявляют как отечественные, так и зарубежные исследователи, которые рассматривают в своих работах теоретические и прикладные вопросы экономики и управления указанной сферой. Тем не менее, несмотря на все возрастающий интерес к указанным проблемам, до сих пор отсутствует единое мнение по разным аспектам управления сферой услуг, нет и полного единства на уровне терминологического поля, относящегося к данной сфере.

Таким образом, объектом экономической теории сферы услуг должна стать сама услуга, рассматриваемая как специфический товар и объект экономической деятельности, обладающий особыми свойствами; предметом является комплекс экономических, управленческих, организационных, финансовых, социальных отношений, возникающих в процессе производства, продвижения и потребления услуги. Субъектами выступают как физические, так и юридические лица, участвующие в процессе социально-экономических отношений в сфере услуг.

Литература

1. Актуальные проблемы развития сферы услуг: Сб. науч. тр. Вып. 6 /Федер. агентство по образованию, С.-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов, каф. экономики и упр. соц. сферой ; [под ред. А.Б. Титова]. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. 232 с.
2. Белоусов Р.А. Рост экономического потенциала. М.: Наука, 2001. 218 с.
3. Якобсон Л.И. Эффективность и качество работы в непроизводственной сфере. М.: Мысль, 2002. 202 с.
4. Романова Г.М., Боков М.А., Шарафутдинов В.Н. Методические основы расчета интегрированного показателя уровня развития туристского центра мирового уровня (ТЦМР) как основы для разработки стратегии маркетинга // Вестник СГУТиКД. 2008. № 1–2. С. 6–26; Beloslutzeva L., Oldenburg H. Learning opportunities for tourism in Sochi // European researcher. 2010. № 1. P. 51–59; Рябцев А.А., Яковлев А.А. Индустрия отдыха и развлечений как элемент сферы услуг // Вестник СГУТиКД. 2007. № 1–2. С. 211–214; Брюна Э. Российская экономика: модернизация, кризис и геэкономика // Вестник СГУТиКД. 2010. № 3. С. 26–38; Grigoryan S.A., Ryabtsev A.A. International security experience in tourism // European researcher. 2010. № 1. P. 64–68.

Сведения об авторе:

Симонян Гарник Айкарамович,
д-р экон. наук, заместитель директора
СНИЦ РАН, профессор кафедры экономики и
управления СГУТиКД (Сочи).