

СЕРВИС КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ИНИЦИАТИВА

И.В. Семченко, канд. социолог. наук, доц. (НИУ «БелГУ, Белгород)

Сервисная деятельность широко представлена в настоящее время на рынке, в различных сферах жизни общества постоянно появляются новые виды сервиса, что дает возможность говорить о развитии данной отрасли и необходимости инвестирования и обучения. Двойственный характер сервиса как вида деятельности дает представление о многоаспектности деятельности человека в этой сфере и задает к нему ряд требований с профессиональной точки зрения.

Ключевые слова: сервис, образование, инновации, экономика, рынок, услуга, потребитель, деятельности, требования к работнику сервиса.

Развитие рынка сервисных услуг в современных условиях становится значительным фактором в развитии общественных отношений, а также экономических явлений, что является положительной динамикой в развитии общества в целом и, в частности, каждого человека. Как отмечают многие зарубежные и отечественные исследователи маркетинга (К. Лавлок, Дж. Левинсон, Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Макенз, В.Е. Николайчук, В.В. Кулибанова и т. д.), процесс сервизации становится отличительной чертой современного инновационного общества, потребление услуг постепенно превалирует над потреблением товаров.

Стремительное развитие с середины XX в. технологической среды и, следовательно, экономические преобразования, произошедшие в то время, становятся факторами изменения спроса и структуры услуг. На сектор сервисных услуг в начале XXI века приходится 60-80% ВВП развитых стран. В РФ значения данного показателя несколько ниже, однако развитие этого сектора в настоящее время происходит в нашей стране быстрыми темпами. Услуга предоставляет потребителю снижение затрат во времени, деньгах, дает производствам увеличивать темпы, тем самым улучшает качество жизни населения, поскольку рассматриваемая сфера внедрена во все сферы жизни общества, нельзя без сервисной поддержки обойтись ни в чем [4].

Многие западные ученые, с которыми нельзя не согласиться, с понятием «сервис» связывают снижение маргинализации общества, увеличение доходов бедных слоев населения, обустройство окружающей среды и т.д. Поэтому можно четко заявлять, что сервизация представляет собой гуманизацию предпринимательства и, следовательно, общества в целом.

Отечественные исследователи в сфере сервиса не пришли к единому мнению о специфике сервисной деятельности. Один из подходов основан на анализе экономических процессов в различных странах, переживающих кризис и выходящих из него. Развитие сервиса, как представляют экономисты, обратно пропорционально росту и падению объемов производства в стране в целом и по отраслям, в частности [3]. Понимание природы услуги невозможно без учета ее роли в экономическом развитии государства и ее места в различных сферах социальной жизни человека. Глобальный тренд сервиса в экономике позволяет рассматривать всю деятельность как сервис, если она основана на услуге.

Одним из главных результатов перехода России к рыночной экономике стало постепенное формирование конкурентной среды и, как следствие, постоянная борьба предприятий за своего потребителя. В тот период и появились первые предпосылки для создания рынка, на котором его агенты посредством нового обслуживания, изменения подхода к клиенту приобретают новых потребителей. Благодаря этому, совершенствование системы обслуживания клиентов получает необходимую основу для развития.

Национальная практика подтверждает, что улучшение обслуживания клиентов потенциально позволяет обеспечить наиболее полную насыщенность рынка необходимыми покупателям качественными услугами. В соответствии с современными подходами к со-

вершенствованию системы организации обслуживания клиентов каждая организация входит в цепочку коммуникаций между производителями и потребителями. Любая организация является потребителем по отношению к производителям поставляемой продукции или услуг и поставщиком по отношению к своим клиентам. Понимание текущих и будущих потребностей клиента, владение информацией о рыночных изменениях, мониторинг удовлетворенности потребителей и оценка ее уровня по сравнению с конкурентами, выстраивание системы управления взаимоотношениями с клиентами – это основа для современной и эффективной стратегии развития сервисной деятельности в сфере услуг.

В сервисную деятельность в настоящее время включен ряд крупных секторов экономики: торговля, финансы, транспорт, здравоохранение, развлечения и спорт, а также сфера науки, образования и управления (при этом деятельность в трех последних сферах не сводится к оказанию услуг). Более подробная классификация включает в сервисную деятельность следующие услуги:

- бытовые услуги;
- услуги связи;
- услуги грузовых и пассажирских перевозок;
- жилищно-коммунальные услуги;
- услуги системы образования, культуры,
- туристско-экскурсионные услуги;
- услуги по физической культуре и спорту,
- медицинские услуги,
- санаторно-оздоровительные услуги;
- юридические услуги [3].

Это классификация услуг по сферам сервиса, при этом, чтобы лучше понять содержание сервисной деятельности, существует другая классификация, основанная на четырех основных формах человеческой деятельности: материальной, преобразующей, познавательной, ценностно-ориентационной и коммуникативной. Услуги могут предоставляться в любой из этих областей, и в каждой из них они обладают определенными особенностями.

При этом, если мы посмотрим на региональную статистику, то сферы сервиса не выделено нигде, хотя хозяйственная деятельность предприятий может относиться именно к оказанию услуг, а может быть и опосредована, так, в только в Белгородской области всего насчитывается 37351 предприятие.

Если же говорить о развитии бизнеса в России, то именно сектор сервиса в настоящее время развивается более всего, об этом говорят данные статистики. По данным Росстата, за 2016 год в стране начали работать 458,7 тысячи новых компаний, что на 3,8%, меньше, чем открылось в 2015 году. Как правило, это частные российские предприятия, однако на территории страны регистрируют свой бизнес и иностранцы – таковых за год появилось 9,7 тысячи.

Согласно «Программе обследования делового климата в сфере услуг» (ВШЭ) данная сфера представлена распределением следующих видов деятельности (табл. 1).

Таблица 1– Виды деятельности предприятий в сфере услуг

Вид деятельности	Коды по ОКЭД
Пассажирский транспорт (деятельности в области перевозки пассажиров, кроме жд)	60.21; 60.22; 60.23; 61.10; 61.20.1; 62.10.1; 62.20.1
Связь	64.11.1; 64.12; 64.2
Гостиничные услуги	55.1; 55.2
Страхование	66
Услуги ломбардов	65.55.6

Техническое обслуживание и ремонт ТС	50.2
Ремонт бытовых изделий	52.7
Персональные услуг	93
Деятельность в сфере туризма	63.3
Санаторно-курортные услуги	85.11.2
Стоматологичесек услуги	85.13
Организация отдыха и развлечений, культуры и спорта	92
Рекламная деятельность	74.4
Риэлтерские услуги	70.31.1

В числе новых компаний преобладают небольшие фирмы, занятые оказанием различного рода услуг, но наряду с этим за прошедший год на территории России были открыты и крупные промышленные производства. По информации СМИ, в 2016 году в стране начали свою работу 262 новых завода в различных отраслях промышленности – фармацевтике, машиностроении, производстве строительных товаров и сельском хозяйстве и многих других. Инвестиции в их работу исчисляются миллиардами рублей.

К основным проблемам, тормозящим развитие отрасли, относятся, прежде всего, снижение потребительского спроса со стороны населения и реального сектора экономики, а также отсутствие финансовых средств организаций, которые сохранили негативное давление на предпринимателей в данной отрасли бизнеса. В 2016 году сектор услуг делает невозможным развитие, очевидной причиной этого является отсутствие эффективного спроса на услуги из-за продолжающегося падения реальных доходов потенциальных потребителей.

К концу 2016 года к небольшой группе состоятельных организаций, страховых компаний и санаторно-курортных учреждений, присоединились туристические компании. Лидером в сфере сервиса остаются компании, занимающиеся ломбардным бизнесом. В большинстве других секторов сервиса негативные тенденции сохранились из-за неблагоприятного делового климата. В некоторых сегментах наблюдалось заметное движение в отрицательном диапазоне. Сфера ремонта бытовых товаров имеет в настоящее время статус аутсайдера услуг, но при этом, относительное улучшение выявлено в обслуживании и ремонте автотранспортных средств и риэлторских услуг [2].

Следовательно, для того чтобы принимать решение о развитии бизнеса в сфере сервиса, необходимо найти собственную нишу, ориентируясь на имеющиеся данные, при этом необходимо не забывать о том, что получение образования в данной отрасли также способствует развитию и совершенствованию как профессионального уровня управленцев, так и коллектива предприятий сервиса.

Литература:

1. Белгородская статистика. [Электронный ресурс]. Режим доступа http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/resources/3616be0 (дата обращения: 11.10.2017)
2. Деловой климат в сфере услуг в III квартале 2016 года. М. : НИУ ВШЭ. 2016. 23 с.
3. Новаторов Э. В. Современные методологические подходы к измерению качества в сфере услуг // Менеджмент качества. 2010. №3 (11). С. 180-192.
4. Фокина О. А. Сервисная деятельность как особый вид социальной практики // Вестник Волгоградского государственного университета. Философия. Социология и социальные технологии. 2016. № 7. С. 104-108