

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ И РАЗМЕЩЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

### METHODOLOGICAL BASIS FOR THE DEVELOPMENT AND DEPLOYMENT OF SERVICE INDUSTRIES

*D.V. Tsvetsov*

The development and deployment of enterprise services now being given more and more attention. It is no coincidence that the top leadership of the country interested in this question, since August 8, 2011 Russian President issued the Decree № 1058 "On Joint Stock Company, which unites the racecourses of the Russian Federation." In this connection it is interesting to highlight the development and deployment of service industries in terms of methodological principles, which determine the patterns of development and deployment of enterprise services.

**Keywords:** Service industries, Service operations, management, logistics, evolution.

*Цветков Денис Владиславович*

*Аспирант, Институт Национальной экономики  
Самарского Государственного Экономического  
Университета*

*Аннотация:*

Развитию и размещению предприятий сферы услуг в настоящее время уделяется все больше и больше внимания. Не случайно высшее руководство страны заинтересовалось этим вопросом: 08 августа 2011 года Президент РФ издал Указ № 1058 "Об открытом акционерном обществе, объединяющем ипподромы Российской Федерации". В этой связи интересно осветить развитие и размещение предприятий сферы услуг с точки зрения методологических основ, которые и определяют закономерности развития и размещения предприятий сферы услуг.

*Ключевые слова:*

Сфера услуг, сервисная деятельность, менеджмент, логистика, эволюция.

Начиная с XX века мировые ученые делают объектом пристального внимания процесс интенсивного развития услуг в экономике стран. В этот период развиваются концепции "общества всеобщего благоденствия", "общества изобилия", "общества потребления", в которых обосновывается возможность удовлетворения многообразных личных потребностей за счет не только промышленного роста, но и технологических нововведений, достижения на этой основе социальной однородности.

В этом случае оправдывается и практически стимулируется расширение в общественной практике массовых потребительских ожиданий.

В середине XX века под влиянием изменений, которые происходят в экономической практике, а также в связи с трансформацией массовых психологических установок теоретическая мысль развитых стран Запада расширяет анализ сервисной деятельности, обогащая экономический ракурс ее изучения другими дисциплинарными подходами. В самой экономической науке происходит переосмысление услуги как элемента производительного труда. Соглашаясь с различием материальных и нематериальных благ-услуг, многие экономисты приходят к убеждению, что любой труд, приводящий к достижению общественно полезных целей, позволяющий удовлетворять человеческие потребности, является производительным трудом. Признается также, что возможны взаимопереходы вещественных и невещественных благ друг в друга.

В итоге – движение благ-услуг в экономической сис-

теме содержит те же качества, что и при обмене вещественными благами. Это позволяет преодолеть прежние представления об иррациональном характере процессов обмена в сфере услуг. Все присущие характеристики и элементы рыночных отношений в сфере услуг имеют реальное содержание в условиях товарного производства, хотя одновременно целый ряд особенностей сервисной деятельности придает ей своеобразный характер.

Следовательно, происходит умножение предметно-дисциплинарных подходов к анализу услуг. Помимо экономических идей широко начинают использоваться социологические, социально-психологические, политологические, культурно-антропологические и другие теоретические подходы, что заметно обогащает методологию анализа сервисной деятельности [1].

Так, разделение услуг на общественные и индивидуальные осуществляется на основе идей, обосновывающих разные типы социальных благ. Среди благ выделяются чисто общественные, смешанно-общественные, а также блага индивидуального пользования. Этот подход позволяет по-разному обосновать различные комбинации производства разных благ – в рамках государственных учреждений, через коммерческие и смешанные формы. К этому добавляются теоретические представления о правах личности на различные блага и услуги в обществе современного типа [2].

Широко используются также представления о социально-психологической базе потребностей, разрабатываются теоретические идеи о регулировании сервисной

деятельности со стороны государства, о менеджменте на предприятиях сферы услуг. Например, структурно-функциональный подход к исследованию сервисной деятельности позволял не только вскрыть ее внутренние элементы, структуру, функции, но и определить место в социальной организации.

Теории социального взаимодействия и обмена сделали возможным рассмотрение сервисной деятельности в тесном соотношении с задачами удовлетворения потребностей людей в контексте макромасштабных систем социального действия. С позиций этих теоретических подходов было, например, выяснено, что чисто экономические установки и линии поведения человека, как правило, опосредованы его статусными притязаниями, ценностными ориентациями, а нередко и стремлением подражать окружающим [2].

Представления, сформированные в символическом интеракционизме (направление научного анализа, вовавшее в себя идеи социологических и социально-психологических теорий), помогли конкретизировать психологические особенности потребительской активности разных групп потребителей, их стремление занять более высокое статусное положение, постоянно обновлять потребительские установки и ценности. Все это подготовило почву для создания теории потребительского поведения [4].

Развитие сферы услуг ученые напрямую связали с увеличением свободного времени у работников современного производства. Постепенно сформировался целый раздел социологии, связанный с анализом отдыха, – социология свободного времени и рекреации. Это помогло сделать вывод о том, что в изучении отдельных направлений и сфер рекреации невозможно ограничиться лишь сведениями социологического характера. Социологи вынуждены опираться на теоретические идеи, которые отображают характерные особенности сервиса в том или ином сегменте сферы услуг [4].

В оздоровительном и медицинском сервисе, невозможно абстрагироваться от знаний и выводов, взятых из биологических, психологических, медицинских наук. В социологии рекреации, связанной с туризмом и путешествиями, используются научные данные о географии, ландшафте, климате.

Анализ образовательных услуг включает в себя научные представления о возрастной психологии, педагогике и др.

Формулируются также практические рекомендации по использованию возможностей маркетинга и рекламы в повышении эффективного обслуживания. Особое направление в исследовании сервисной деятельности связано с формированием представлений о производственном менеджменте, включая и менеджмент сервисной де-

ятельности. Анализ менеджмента связывался с пониманием природы и сущности предприятия, а также с оценкой его эффективности в рыночных условиях. Данные категории неодинаково трактовались в рамках разных теорий и подходов к изучению эффективности управленческой деятельности в экономической практике, что особенно отчетливо видно на примере их эволюции за последние 100 лет.

Управление сервисным предприятием рассматривается как многофункциональная активность, нацеленная на прогнозирование и планирование его деятельности, организацию и руководство персоналом, учет и анализ материально-финансовых ресурсов, всесторонний контроль. В менеджменте выделяются такие блоки, как текущее и стратегическое управление, управление персоналом, финансовый, инвестиционный, инновационный, социальный менеджмент, природоохранное направление и др.

Необходимо добавить, что в общем перечне функций и блоков производственного менеджмента существуют специальные управленческие задачи, связанные преимущественно с сервисной деятельностью. В качестве примера сошлемся на важность овладения руководителями сервисных предприятий знаниями о закономерностях управленческого регулирования производства самих сервисных продуктов и оптимизации сервисных потоков.

Таким образом, в рамках науки о сервисе рождается самостоятельное прикладное направление – логистика сервисного отклика.

Логистика сервисного отклика рождалась из науки логистики, которая сводилась к управлению и оптимизации материальных потоков и связанных с ними информационных и финансовых потоков в той или иной системе.

Позже логистика переключилась на широкий диапазон деятельности, связанной с эффективным движением конечных продуктов от конца производственной линии к покупателю. Подобная деятельность сосредотачивалась на транспортировке, складировании, обработке материалов для хранения и перевозок, защитной упаковке, заказах на продукцию, прогнозировании спроса, маркетинге и обслуживании потребителей.

Становление широкого объекта логистического анализа означало и шаг вперед к рассмотрению сервисной деятельности с точки зрения логистики. При этом родилась не только новый ракурс логистики (логистика услуг), но появился новый сегмент сервисной практики, который предлагает свои услуги в логистическом анализе.

Сегодня логистика сервисного отклика определяется как процесс координации логических операций, необходимых для оказания услуг наиболее эффективным способом с точки зрения затрат и удовлетворения запросов

потребителей. Руководители сервисных фирм могут использовать те же принципы подхода при управлении потоками услуг, что и для материальных потоков. Однако это заимствование должно быть, во-первых, частичным, взвешенным, во-вторых, при этом следует считаться со спецификой сервисного процесса.

Усложнение характера и умножение подходов к теоретическому анализу сервисной деятельности вносит в науку о сервисе множество дополнительных аспектов, формируя методологический и методический плюрализм его исследования. В наши дни эта наука представляет собой междисциплинарное направление, ведущую роль в котором выполняет экономический и социальный анализ. Однако в разных ее разделах может быть актуализирован широкий спектр научных идей, представлений и методов, начиная от медицинских теорий и кончая философско-эстетическим анализом.

Помимо теоретического уровня, данная наука включает в себя масштабный прикладной уровень, знания которого нацеливаются на использование научных представлений, выводов и рекомендаций в практике сервисной деятельности.

Экономические и энергетические кризисы 70-х годов XX в. серьезно подорвали оптимистические оценки "общества потребления". Появляются новые концепции следующего этапа общественной эволюции развитых стран, который называют ныне "постиндустриальным обществом", "информационным обществом", "обществом услуг". Авторы этих концепций вынуждены отойти от стереотипов "общества потребления", сосредоточить внимание на анализе неблагоприятных последствий эксплуатации природной среды и начать просчитывать возможности развитых стран обеспечить те или иные массовые потребности.

В этой связи осознается неизбежность постановки вопроса о пределах экономического роста. В этих условиях целый ряд исследователей обосновывают переход развитых стран от товаропроизводящей к сервисной экономике, формируемой на основе динамично развивающихся наукоемких производств, эффективных технологий и процессов информатизации.

Принципы ресурсосбережения и установки бережного обращения с окружающей средой начинают проникать в массовое сознание потребителей.

На протяжении всех 70-х годов и на Западе, и в Японии концепция того, что считать роскошью, была напрямую связана с объемом тех или иных благ: чуть ли не во всех случаях было принято исходить из принципа "чем больше, тем лучше". Это же относилось к мебели, холодильникам, телевизорам, даже журналам.

С приходом 80-х подход к таким вещам начал меняться. Новая эстетика стала определяться такими понятиями как легкость, короткость и малость.

Оказалось, что все помешаны на небольших и компактных изделиях.

Такая смена совпала со смещением акцентов в рекламе холодильников, когда на смену волшебным словам "большой и вместительный" пришло новое заклинание: "компактный и экономный".

В конце XX в. западные теоретики продолжают обосновывать необходимость обеспечения высокого уровня жизни и потребления людей, но сосредоточивают это требование лишь применительно к гражданам развитых западноевропейских стран, не скрывая, что оно может быть осуществлено за счет населения других стран.

В этом случае процессы глобализации рассматриваются односторонне – как масштабное перераспределение ресурсов жизнеобеспечения из периферийных регионов мира в развитые страны. При этом по существу оправдывается всевластие спекулятивного (валютно-финансового) капитала и своекорыстие транснациональных компаний, действующих в разных странах мира. Подобные взгляды обесценивают общечеловеческую значимость прежних представлений западной науки о благотворном воздействии для народов мира постиндустриального развития и сервисной экономики.

В последние годы XX в. формируются более взвешенные представления о глобальных перспективах мира, которые развернуты в экономических теориях, в исследованиях межкультурных взаимодействий.

Исходя из необходимости создания достойных условий жизни для всех людей, живущих на Земле, зарубежные и российские ученые говорят о возможности обеспечения их умеренного благосостояния, о важности уменьшения различия между богатыми и бедными странами, а также между состоятельными слоями и бедняками в любом обществе.

В современном мире благополучию граждан разных стран угрожает ряд деструктивных тенденций, обретающих глобальный характер. К ним относятся: обострение экологического неблагополучия; высокая вероятность региональных военных конфликтов; углубление пропасти между богатыми и бедными странами и слоями; политический и религиозный экстремизм; распространение криминала и наркотиков.

Сложившаяся ситуация требует перехода от неуправляемых стихийных регуляторов мирового развития к управляемой социоприродной эволюции. К тому же некоторые тенденции развития современного мира свидетельствуют о том, что потребление услуг, по-видимому, заметно начинает преобладать над потреблением многочисленных материальных благ, что придает сервисной деятельности особую значимость.

В этой связи усиливается значение индустриально-

сервисной экономической модели, где огромная роль принадлежит не вещественным ресурсам. Под не вещественными ресурсами общества (их еще называют "человеческим капиталом") подразумеваются конструктивные качества работников, населения в целом – высокий образовательный уровень граждан, информативно-познавательные потребности, здоровье и умение его сохранить, способность к постоянному повышению своего профессионального уровня и др.

Новые представления об индустриально-сервисной экономике формируются под влиянием изменений, которые происходят в практике хозяйствования развитых странах. С одной стороны, тон в ней задают гигантские транснациональные компании сервисного типа и транснациональные банки. В рамках основной своей деятельности подобные предприятия создают новый продукт, наделенный теми или иными потребительскими свойствами, формируя тем самым долгосрочную тенденцию организованной торговли, как в своей стране, так и в разных регионах мира. Свою деятельность они в большей мере подчиняют маркетинговой стратегии, активизируют торговлю интеллектуальной собственностью.

С другой стороны, в экономической практике развитых стран появляются альтернативные процессы: имеет место рост численности и качественное развитие разнообразных венчурных средних, мелких и мельчайших предприятий. В этом случае центром динамики услуг выступают не основные фонды и даже не управленческий ресурс (хотя все это продолжает сохранять свою цен-

ность), но хорошо организованная информация, высоко-развитая, автономная, персонализированная среда действия, порождаемая подобными предприятиями, в рамках которой ключевое значение приобретает "человеческий капитал".

Успех деятельности этих предприятий все чаще зависит от работников особого рода – ярко выраженных творческих личностей, число которых не обязательно должно быть большим. Но именно такие работники обладают мастерством и возможностью определять основные качества и перспективы развития подобных микропредприятий.

Таким образом, значение не вещественных ресурсов общества начинает рассматриваться как важнейший фактор оптимизации общественного и экономического развития в XXI веке. Как раз сервисная деятельность через многообразие своих типологических форм, объединенных группировкой "социокультурные услуги" (образовательные услуги, производство и использование знаний, обмен информацией, культурное обслуживание и т.п.), является важнейшим фактором формирования не вещественных ресурсов, "человеческого капитала" (включая "капитал интеллектуальный") [2].

Таким образом, следует ожидать, что тенденции, усиливающие не вещественные составляющие современного общества, связанные с культурой, профессиональным мастерством, информацией, станут определять глобальные процессы и постиндустриальное развитие мира в будущем.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Новиков А.М., Новиков Д.А., "Методология научного исследования", М., Либрокол, 2009.
2. Новиков А.М., Новиков Д.А., "О предмете и структуре методологии" // "Мир образования – образование в мире", 2008, № 1.
3. Новиков А.М., "О Российской науке" // "РоссияXX1, 2006 № 2.
4. Капитинова Н.О. "Управление социально-экономическим потенциалом региона, Питер, 2010.

© Д.В. Цветков, ( 999den001@mail.ru ), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики».

