

## 10.6. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Шейнер Н.Ю., к.э.н., доцент, докторант кафедры систем технологий и товароведения

*ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов»*

В статье рассматриваются закономерности формирования и развития сферы услуг в условиях глобализации. Обосновываются факторы, обуславливающие становление сервисной экономики. Раскрываются особенности инфраструктурного обеспечения предприятий сферы услуг. Аргументируется целесообразность широкого использования в управлении сферой услуг методов бережливого производства.

Вступление Российской Федерации во Всемирную торговую организацию (ВТО) свидетельствует о том, что глобализация – это процесс необратимый. Дать однозначную оценку ее последствиям сегодня очень сложно. Однако очевидно, что глобализация пробивает «бреши» в национальных границах государств, через которые на внутренние рынки проникают новые товарные потоки и предложения по оказанию услуг. Такое развитие событий естественно нарушает сложившийся местный баланс конкурентных сил и создает угрозу национальной экономической безопасности. Государствам поэтому необходимо вносить превентивные коррективы в модели развития своих экономик, чтобы успеть отреагировать на вызовы, которые несет глобализация. В последнем контексте особое внимание к себе привлекает сфера услуг, поскольку ее вклад развитие национальной экономики постоянно возрастает, темпы ее роста отличаются высокой динамикой.

Однако исследования тенденций и закономерностей формирования и развития сферы услуг носят, как правило, ограничительный характер. Это обстоятельство проявляется в акценте на сугубо отраслевых операционных решениях, а также на их маркетинговой специфике [5]. Интерес к маркетингу услуг, безусловно, оправдан по той причине, что услуги, в соответствие с международными стандартами качества, представляют собой итоги:

- непосредственного взаимодействия поставщика и потребителя;
- внутренней деятельности поставщика по удовлетворению потребностей потребителя.

Подобное взаимодействие, как правило, является персонализированным, что требует понимания запросов конкретного потребителя услуги. Последняя задача, как известно, является прерогативой маркетинговых исследований. Следует заметить, что высокая степень персонификации услуг создает объективные предпосылки для управления спросом на них, используя, в том числе, приемы манипуляции социальными ожиданиями потребителей услуг и кредитование. К сожалению, такая манипуляция сегодня также рассматривается как эффективный маркетинговый способ повышения объемов продаж услуг, хотя рациональность их потребления может стоять под вопросом. Причем оправдать ее тем, что высокие транзакционные издержки на рынках услуг требуют от поставщиков дополнительных усилий, в частности, маркетинговых, не всегда представляется возможным. Потребителю услуг подчас сложно противостоять подобному марке-

тинговому давлению. Одна из причин этого положения заключается в том, что определение потребителем качества взаимодействия с поставщиком услуг на основе анализа только рыночных ценовых сигналов очень сложно, а подчас и невозможно. В тоже время не все потребители могут рационально оценивать, в частности, качество и ценность предлагаемых услуг.

Существуют все основания полагать, что национальные экономики сегодня приобретают сервисные черты. В качестве главного аргумента в пользу этого положения в научных публикациях, посвященной этой проблематике, обычно выступает факта трансформации сферы услуг в движущую силу развития экономики, основанной на данных официальной статистики. В последнем контексте выделяется работа [10], в которой была предпринята успешная попытка проведения комплексного анализа сферы услуг за рубежом и положения которой до сих пор не потеряли свою актуальность. Причем следует согласиться, что открытыми остаются следующие вопросы:

- специфика вклада различных услуг в развитие народного хозяйства;
- учет и количественное измерение результатов труда, занятого в отраслях услуг;
- классификация услуг по степени их влияния на переход экономики страны на инновационный тип развития и формирование высокого уровня жизни населения;
- пути адаптации сферы услуг к потребностям реального сектора экономики в обслуживании, к структуре личного и общественного потребления;
- концептуальное представление о комплексном определении отраслевых приоритетов государственной поддержки сферы услуг.

В основе классического подхода к решению последнего вопроса лежит обеспечение безопасности государственных капиталовложений путем сужения перечня точек их приложения до инфраструктурных объектов, способствующих развитию производительных сил, созданию общих условий для системы общественного разделения труда и жизнедеятельности населения [4, 6].

К закономерностям формирования и развития сферы услуг можно отнести:

- повышение спроса на услуги по мере возрастания потребности в новых формах обслуживания процессов потребления инновационных товаров;
- жесткая рационализация структуры потребления услуг и мгновенное падение на них спроса в условиях экономического кризиса;
- первичность востребования материальных ресурсов, несмотря на доминирование вклада сферы услуг в производство внутреннего валового продукта (ВВП);
- доминирование рыночных регуляторов над государственными в развитии сферы услуг;
- усиление влияния сферы услуг на повышение уровня жизни населения;
- рост персонификации обслуживания населения и предприятий;
- трансформация вещественной структуры товарного обмена, сопровождающаяся оказанием дополнительных услуг при поставках товаров;
- сращивание сферы услуг и промышленных отраслей, вследствие передачи представителями последних внутрифирменных сервисных процессов на аутсорсинг [1, 3, 6].

Аргументом в пользу усиления спроса на аутсорсинговые услуги служит рис. 1 [8]. Официальная статистика не выделяет в качестве отдельного объекта наблюдения внедрение в сфере услуг таких организационных инноваций как передача отдельных функциональных полно-

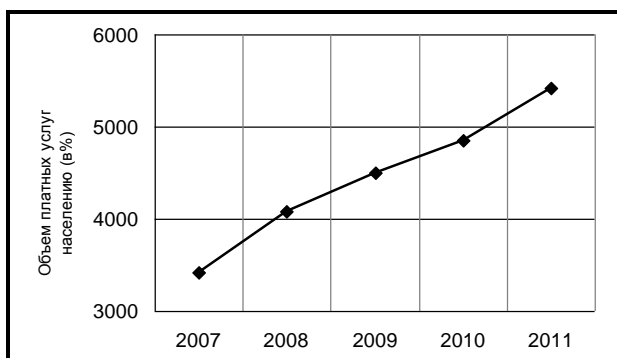
мочий на аутсорсинг. Однако в этой сфере эти инновации также масштабно реализуются.



**Рис. 1. Динамика роста спроса производственных предприятий на аутсорсинговые услуги**

Приведенный перечень закономерностей формирования и развития сферы услуг является не полным и нуждается в уточнении. Причем эти закономерности необходимо более глубоко обосновать с учетом отечественных экономических реалий.

Конкуренция на российском рынке услуг постоянно возрастает. Одной из движущих сил, которые определяют эту тенденцию, является становление в стране, прежде всего, малого предпринимательства, так как его представители концентрируются преимущественно в сфере услуг. Привлекательность этого сектора экономики для представителей бизнеса определяет, в частности, тот факт, что объемы оказания платных услуг населению постоянно возрастают (рис. 2).



**Рис. 2. Динамика роста объемов оказания платных услуг населению [9]**

Другой движущей силой возрастания конкуренции на рынке услуг служит рост культуры потребления услуг. Этому способствует глобализация, благодаря которой лучшие страновые стандарты предоставления услуг приобретают статус международных, увеличение числа мобильных потребителей услуг и доступности информации об услугах. Кроме того, обострению конкуренции на рынке услуг способствует франчайзинговая практика создания новых предприятий сферы услуг. Все это придает поиску новых решений по обеспечению конкурентоспособности предприятий сферы услуг особое значение. Кроме того, актуализируется задача повышения эффективности их инфраструктурного обеспечения, элементами которого является, прежде всего, материально-техническое снабжение.

Сложность такого обеспечения предприятий сферы услуг определяется, по крайней мере, тремя факторами.

- Во-первых, инфраструктурные ограничения до сих пор остаются одним из главных препятствий на пути развития отечественной экономики. В последние годы государством предпринят ряд мер по ослаблению этих ограничений, однако положительные инфраструктурные преобразования в национальной экономике осуществляются не так быстро как хотелось бы. Не акцентируя внимания на коррупционной составляющей этой проблемы, следует отметить, что трудность здесь представляет, прежде всего, привлечение внимания частных инвесторов к инфраструктурным проектам. Частно-государственное партнерство в этой области и приватизация отдельных инфраструктурных объектов, несомненно, должна способствовать достижению необходимых результатов. Однако для этого сегодня требуются институциональные усилия, в частности, необходимо проработать законодательные аспекты концессии, которая является формой взаимодействия государства и бизнеса в инвестиционной сфере. Экономический эффект концессионных проектов проявляется в виде:
  - снижения нагрузки на государственный бюджет;
  - стимулирования действий частных инвесторов;
  - повышение эффективности управления и эксплуатации инфраструктурных объектов.
- Однако такие проекты не лишены недостатков:
  - сложность прогнозирования доходов;
  - трудность специфицирования всех требований к концессионному проекту;
  - потребность в государственном контроле действий предпринимательских структур – партнеров по проекту.
- Во-вторых, проведение предприятиями сферы услуг политики ориентации на клиента предполагает оперативную реакцию на изменения его запросов, что, соответственно, актуализирует гибкость их инфраструктурного обеспечения. Выполнению этого условия на практике препятствует то, что такое поведение еще не стало для значительного числа отечественных поставщиков организационно-экономической нормой. Хотя многие из них в своей деятельности опираются на международные стандарты качества, которые предполагают оперативность отклика на запросы клиента.
- В-третьих, инфраструктурное обеспечение предприятий сферы услуг напрямую связано с наличием соответствующей материально-технической базы. Между тем формирование последней требует значительных капиталовложений, которых у многих предприятий сферы услуг просто нет, причем степень износа их основных фондов приблизилась к критической черте.

Среди новых решений по обеспечению эффективности предприятий сферы услуг на себя обращает внимание инструментарий «бережливого производства», целевыми установками которого служат:

- акцент на максимизации скорости выполнения процессов;
- выявление действий, добавляющих и не добавляющих ценности, и избавление от последних;
- подсчет и устранение затрат, обусловленных излишней сложностью процессов [2].

Следует заметить, что добавленная ценность характеризуется изменением ценности продукции на выходе процесса по сравнению с ее величиной на входе в него. Причем различают и отрицательную ценность. Улучшение такого процесса в контексте концепции «ценности» трактуется в международных стандартах качества с трех основных позиций:

- снижение потерь процесса;
- обеспечение единства взгляда производителя и потребителя на ценность продукции;
- уменьшение дополнительных затрат потребителя [7].

Отдельно следует напомнить об особенностях сложности процессов в сфере услуг, которые определяются наличием взаимодействия между поставщиком услуг и клиентов. Причем чем выше степень контакта с клиентом, тем сложнее сервисный процесс. Специфика вза-

имодействия поставщика и клиента во многом характеризуется тем, что в нем в меньшей мере проявляется утилитарность, т.е. стремление клиента искать пользу от потребления услуги, тогда как на первый план зачастую выходит эмоциональное восприятие качества услуги. Причем малейшие сбои в процессе предоставления услуг часто вызывают взрывную отрицательную реакцию потребителей.

Трудность оценки качества услуг в первую очередь определяется их неосязаемостью и высокой степенью персонализации восприятия их полезности. Это ситуация на практике проявляется в том, что следует проводить демаркационную линию между функциональным качеством процесса обслуживания и фактическим его результатом, качество которого является производной от восприятия потребителем услуги с учетом его индивидуальных ожиданий. Следует различать пять наиболее широких показателей качества услуги:

- 1 – осязаемые характеристики (вид физических элементов);
- 2 – надежность (стабильность и четкость функционирования);
- 3 – скорость реакции (быстрота и эффективность при решении проблем);
- 4 – уверенность (компетентность, четность, надежность и безопасность);
- 5 – сопереживание (доступность, общительность и понимание нужд и проблем клиента) [5].

Сфера услуг представляет собой идеальную область для применения методов бережливого производства, что объясняется следующими причинами.

- Во-первых, процесс предоставления услуги, как правило, не отличается высокой скоростью. Хотя определенная медлительность в этом контексте может выступать одним из основных атрибутов обслуживания. Потребность в наличии такого свойства у услуги часто диктуется не только технической необходимостью подготовки клиентов к обслуживанию, но и общей задачей более полного, в том числе, эмоционального, восприятия потребителями его кульминационных моментов. Ограничения по скорости обслуживания могут быть различными, однако их условно можно разделить на следующие группы:
  - избыток незавершенного производства (не сформированные отчеты и др.);
  - нерациональный цикл исполнения услуги;
  - отсутствие стратегии управления очередями.
- Во-вторых, обслуживание клиентов может включать операции, которые не добавляют ценности. Наличие этого факта традиционно проверяется путем оценки вероятности оплаты потребителем услуги при условии, что он осознает включение в структуру затрат на производство услуги расходов на операции, не добавляющие ценности. К числу таких операций относятся:
  - добавка ценности к услуге, которая потребителю не нужна;
  - излишние перемещения материальных, информационных и др. ресурсов в процессе обслуживания клиента;
  - нерациональные действия персонала предприятия сферы услуг;
  - задержки между окончанием одного этапа обслуживания и началом следующего;
  - аспекты услуг, которые не соответствуют нуждам потребителя;
  - перепроизводство услуг [2].

Реализация принципов «бережливого производства» в сфере услуг предполагает, в первую очередь, организацию отслеживания все сервисных операций и построение соответствующей карты, отражающей движение всех потоков, возникающих в процессе обслуживания клиентов.

Таким образом, в формировании и развитии сферы услуг проявляется ряд инвариантных закономерностей и услуг, которые следует принимать в расчет при планировании модернизации этого сектора экономики. Одновременно с этим необходимо прогнозировать влияние глобализации на процессы самоорганизации во всех его отраслях. Самостоятельным направлением следует считать проведение комплексного анализа перспективных методов управления предприятиями сферы услуг, которые широко применяются за рубежом, и их оценки на предмет необходимости их адаптации к российским экономическим реалиям.

## Литература

1. Джонсон Д.М., Херрманн А. Ориентация на клиента – ключевой фактор успеха предприятия [Текст] / Д.М. Джонсон, А. Херрманн // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – №2. – С.96-100.
2. Джордж Л.М. «Бережливое производство + шесть сигм» в сфере услуг: Как скорость бережливого производства и качество шести сигм помогают совершенствованию бизнеса [Текст] / Л.М. Джордж. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 402 с.
3. Кочетов Э.Г. Геоэкономика (освоение мирового экономического пространства) [Текст] : учеб. / Э.Г. Кочетов. – М. : БЕК, 1999. – 480 с.
4. Кузнецова А.А. Инфраструктура: вопросы теории, методологии и прикладные аспекты современного инфраструктурного обустройства. Гео-экономический подход [Текст] / А.А. Кузнецова. – М. : КомКнига, 2006. – 456 с.
5. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия [Текст] : пер. с англ. / К. Лавлок. – М. : Вильямс, 2005. – 1008 с.
6. Портер М. Международная конкуренция [Текст] : пер. с англ. / М. Портер ; под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
7. Р 50-601-46-2004. Рекомендации. Методика менеджмента процессов в системе качества
8. Российский статистический ежегодник [Текст] : 2011 : стат. сб. – М. : Росстат, 2011. – 795 с.
9. Россия в цифрах [Текст] : 2012 : краткий стат. сб. – М. : Росстат, 2012. – 573 с.
10. США: сфера услуг в экономике [Текст]. – М. : Наука, 1971. – 411 с.

## Ключевые слова

Сфера услуг; глобализация; аутсорсинг; бережливое производство; маркетинг услуг; инфраструктурное обеспечение.

*Шейнер Наталья Юрьевна*

## РЕЦЕНЗИЯ

Статья кандидата экономических наук Шейнер Натальи Юрьевны «Тенденции развития сферы услуг в условиях глобализации» подготовлена на кафедре Систем технологий и товароведения ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов» как результат научного исследования современных закономерностей становления сервисной экономики. Статья Шейнер Н.Ю. написана на актуальную тему, что подтверждается необходимостью модернизации сферы услуг в целях обеспечения благосостояния населения и удовлетворения сервисных запросов реального сектора экономики.

Статья обладает научной новизной, которая заключается в комплексном подходе к восприятию проблемных аспектов формирования и развития сферы услуг в условиях глобализации. Доказательность научных результатов, содержащихся в статье, определяется комплексной логикой изложения ее положений и научной преемственностью.

Можно сделать вывод, что статья Шейнер Натальи Юрьевны «Тенденции развития сферы услуг в условиях глобализации» может быть рекомендована к публикации в журнале «Аудит и финансовый анализ».

*Уваров С.А., д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Системы технологий и товароведения» ФГБОУ «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов»*