

## ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

*Работа представлена кафедрой социально-культурного сервиса и туризма  
Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина.  
Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор А. Б. Крутик*

Анализируется состояние сервисного обслуживания российского населения, выявляются факторы, влияющие на динамику и качество экономического роста данной отрасли.

The condition of service maintenance of the Russian population is analysed in the article. The author reveals factors that influence the dynamics and quality of this branch's economic growth.

The article is devoted to the war economy of the USSR and blockaded Leningrad during the Great Patriotic War (1941–1945) and to training of skilled specialists. The main problems of organisation of the war economy were provision of the industry with labour force and turning of young inexperienced workers into qualified ones in Leningrad. Great social, economic and political changes took place in the USSR before the Great Patriotic War, which made it a powerful industrial country. During the war a great military-industrial potential necessary for the victory over the German Nazism was created.

Одной из отличительных характеристик современного постиндустриального этапа развития России являются особенности функционирующих в ней хозяйствующих субъектов. Важнейшим фактором повышения конкурентоспособности последних и их рыночной стоимости становится переход постиндустриального бизнеса от производства и продажи товаров к производству услуг.

Сегодня ярко выражена следующая особенность: приобретению практически любого продукта сопутствует и приобретение соответствующей ему совокупности услуг, относимых обычно к сервисным, и, наоборот, приобретению тех или иных услуг – приобретение соответствующих им продуктов. Данное обстоятельство связано с переходом от так называемой «индустриальной» экономики к «сервисной» (табл. 1)<sup>1</sup>.

Таблица 1

Отличительные особенности «сервисной» и «индустриальной» экономик

Индустриальная экономика	Сервисная экономика
<b>1. Цель</b>	
Максимизация выпуска продукции	Стремление повысить эффект полезности. (Здесь повышается значение маркетинга, как фактора, определяющего успех предприятия)
<b>2. Понятие полезности</b>	
Отождествляется с материальной продукцией	Отождествляется с характером использования и степенью совершенствования систем, которые объединяют материальный продукт и соответствующие услуги
<b>3. Качество</b>	
Синонимом понятия «хорошо делать свое дело»	Установление интерактивных (диалоговых или коммуникативных связей с потребителем для максимизации степени его удовлетворенности)
<b>4. Основные технологии</b>	
Связаны с преобразованием сырья в готовую продукцию	Связаны с функционированием материально-сервисных систем
<b>5. Стиль менеджмента</b>	
Носит «механический» и даже «военизированный» характер из-за чрезмерной упорядоченности и иерархичности организации	Отличается гибкостью, «биологичностью» (каждая клетка мозга играет роль носителя всей совокупности информации), высокой оперативностью. Ключевые элементы менеджмента – быстрота принятия решений, гибкость, сетевая организация, открытость и свобода маневра

Предпосылки к формированию тесной взаимосвязи между услугами и материальным производством могут иметь различный характер. В одном случае связь между сферами производства материальных продуктов и услуг обусловлена необходимостью сервисного обслуживания произведенных материально-вещественных ценностей. Это касается продажи материальной продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынке. И здесь продвижение той или иной продукции может способствовать продвижению на рынке соответствующей ей услуги.

В другом случае производство и продвижение на внутреннем или международном рынке тех или иных сервисных услуг может способствовать формированию или активизации спроса на сопутствующие товары.

К тенденциям, способствующим развитию сервисного обслуживания, повышению его роли в российской экономике, можно отнести:

- усложнение производимой продукции и связанную с этим необходимость формирования системы до- и послепродажного обслуживания, с соответствующей технической, технологической и кадровой базой;
- необходимость поддержания в надлежащем состоянии произведенных материально-вещественных ценностей в условиях сокращения ресурсов, требуемых для производства новой продукции;
- усиление влияния результатов деятельности сервисных подразделений предприятий и организаций на реализацию их маркетинговой политики.

Характеризуя связи между производственными и сервисными организациями, следует отметить, что их можно дифференцировать по временной продолжительности и тесноте. Наиболее тесными эти связи

являются либо при существовании технической и технологической увязки между производимой продукцией и ее обслуживанием, либо при одновременном приобретении продукции и сопутствующей ей услуги. Связь между материальными продуктами и соответствующими им услугами является наиболее прочной в начальном периоде продажи этих продуктов.

Влияние тех или иных факторов на уровень конкуренции на рынке сервисного обслуживания зависит от конкретной отрасли. Например, спрос на рынке туристических услуг в большой степени зависит от климата и географии. Услуги, предоставляемые с использованием собственных ресурсов, также весьма чувствительны к внутренним факторным условиям.

Рост потребностей в услугах у предприятий и организаций стимулируется их структурно-технологической перестройкой, возникающими в связи с этим разнообразными и сложными техническими, технологическими, экономическими, управленческими, финансовыми проблемами их развития.

Наблюдаемая тенденция расширения спроса на услуги со стороны населения в России определяется прежде всего такими причинами, как рост материального благосостояния, стремление к повышению качества жизни, увеличение свободного времени, социально-экономические и демографические изменения, обуславливающие рост потребностей в услугах (по объему и разнообразию).

Свидетельством возрастания важности сферы сервисного обслуживания в российской экономике является увеличение объема производимых услуг (табл. 2), рост числа занятых в сфере сервисного обслуживания работников (табл. 3)<sup>2</sup>.

**Таблица 2**

**Производство ВВП (в текущих ценах – млрд руб.; до 1998 г. – трлн руб.)**

Показатель	1995	1998	2000	2006
Произведено (в основных ценах) Всего	2784	4620	7922	11604
В том числе: произведено товаров	1552	2387	4314	6177
Производство услуг	1232	2233	3608	5127

Таблица 3

Среднегодовая численность занятых в сфере сервисного обслуживания по отраслям, тыс чел.

Сфера сервисного обслуживания	1995	1998	2000	2006
Всего в экономике	66 409	63 812	63 963	64 327
Транспорт	4375	4013	4060	4139
Связь	875	839	859	872
Оптовая и розничная торговля, общественное питание	6676	9312	9320	9421
Жилищно-коммунальное хозяйство, непроизводственные виды бытового обслуживания населения	2979	3405	3361	3317
Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение	4443	4458	4496	4503
Образование	6179	5919	5935	5871
Культура и искусство	1136	1116	1129	1144
Финансы, кредит, страхование	890	736	744	742
Управление	1893	2777	2858	2925
В процентах к итогу				
Строительство	9,3	8,0	7,9	7,8
Транспорт	6,6	6,3	6,3	6,4
Связь	1,3	1,3	1,3	1,4
Оптовая и розничная торговля, общественное питание	10,1	14,6	14,6	14,6
Жилищно-коммунальное хозяйство, непроизводственные виды бытового обслуживания населения	4,5	5,3	5,3	5,2
Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение	6,7	7,0	7,0	7,0
Образование	9,3	9,3	9,3	9,1
Культура и искусство	1,7	1,7	1,8	1,8
Финансы, кредит, страхование	1,2	1,4	1,2	1,2
Управление	2,9	4,4	4,5	4,5

Как видно из табл. 2, в указанный период при сохраняющейся тенденции роста объема услуг он в меньшей степени наблюдался в 1998 г., что было связано в значительной мере с финансово-экономической ситуацией в стране.

Приведенные в табл. 3 данные показывают, что при имеющем место снижении количества работников в отдельных отраслях сферы сервисного обслуживания в целом в ней наблюдается тенденция роста числа занятых.

Развитие сервисного обслуживания населения в России идет по ряду основных направлений, в том числе появления многих видов новых услуг, увеличения доли платных услуг населению в условиях снижения уровня бюджетного финансирования целого ряда отраслей сферы обслуживания, усиления конкуренции между относящимися к ней организациями.

Инвестиционная привлекательность сферы сервисного обслуживания определила возрастающий интерес к ней со стороны предпринимателей, представляющих в основном малый и средний бизнес.

Так в сфере бытового обслуживания в регионах наблюдается значительный рост. Например, по состоянию на 1 января 2007 г.<sup>3</sup> число организаций бытового обслуживания Санкт-Петербурга насчитывает более 5900 единиц, что превышает базовое значение (4130 ед.) стандарта проживания на 43%, гарантируемое значение (5030 ед.) на 17%, составляет 98% целевого значения (6000 ед.), и на 9,6% выше, чем на 01.01.2006 г.

В отчетном периоде приоритетное развитие получили парикмахерские услуги, услуги по пошиву и ремонту обуви и одежды. Интенсивно развивалась сеть в районах новостроек Санкт-Петербурга, в том числе за счет открытия предприятий в круп-

ных современных торговых объектах. За прошедший год в гипермаркетах, крупных торговых комплексах открылось более 20 таких предприятий (ремонт обуви, ремонт часов, изготовление ключей, парикмахерские и т. д.).

В целом по Санкт-Петербургу обеспеченность рабочими местами в расчете на 1 тысячу жителей составляет 5,8 р/м, что на 18,4% превышает базовое значение (4,9 р/м) стандарта проживания, гарантируемое значение (5,4 р/м) на 7,4%, и составляет 79,4% от целевого значения (7,3 р/м). Вместе с тем в 6 районах (Калининский, Колпинский, Кронштадтский, Курортный, Невский, Фрунзенский) этот показатель ниже гарантируемого и базового значения.

Повышению уровня обслуживания и качеству услуг способствует расширение видов оказываемых услуг, внедрение новых технологий, включая стирку белья методом самообслуживания, а также развитие сети комплексных предприятий бытового обслуживания Мини-домов быта. В городе оказывают услуги 16 прачечных самообслуживания и 40 Мини-домов быта.

Несмотря на положительную динамику развития сферы сервисного обслуживания, следует заметить, что по ряду основных количественных и качественных показателей, характеризующих уровень развития сферы, Россия серьезно уступает ведущим зарубежным странам. Данная ситуация в значительной мере является следствием недооценки в нашей стране сферы сервисного обслуживания как одного из определяющих секторов экономики.

Процессы интеграции в России в мировое хозяйство, характеризующиеся возрастанием роли и разнообразия услуг, обуславливают необходимость учета существующих в сфере сервисного обслуживания тенденций при определении основных направлений ее развития в нашей стране.

Здесь следует выделить прежде всего те направления развития сферы сервисного

обслуживания, которые, на взгляд автора, будут в наибольшей степени способствовать решению актуальных народнохозяйственных задач сегодня и в перспективе.

С этой точки зрения перспективными представляются услуги, развитие которых связано с научно-техническим прогрессом и сопутствующими ему инновационными процессами, повышением качества жизни населения.

Тенденции и значимость «сервизации» отечественной экономики будут возрастать по мере приобретения ею постиндустриального характера.

Сервисное обслуживание продуктов материального производства облегчает их продвижение как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Это, в свою очередь, способствует развитию производства, что является важнейшей народнохозяйственной задачей. Сервисное сопровождение произведенной продукции и услуг следует рассматривать как важнейший фактор конкурентоспособности российских организаций, имеющий первостепенное значение в условиях вхождения России в международное экономическое сообщество.

Анализ деятельности многих организаций сервисного обслуживания выявил проблему управленческого характера, на которую, на взгляд автора, следует обратить внимание.

Крайне ограниченные ресурсы выделяются на создание и поддержание, а тем более развитие основных фондов этих организаций, требующих наибольшего инфраструктурного обслуживания.

Здесь, на взгляд автора, следует отметить актуальность использования в практике управления такого метода, как управленческий учет.

Внедрение управленческого учета в практику управления организаций сервисного обслуживания необходимо не только ради сближения отечественной и западной систем бухгалтерского учета, поскольку сам управленческий учет, отражаясь в фи-

нансовом учете, подлежащем регламентации государственными органами управления, является внутренним и определяется политикой ведения учета конкретной организацией.

Другой, более важный предпосылкой управленческого учета в практике организаций сервисного обслуживания являются его преимущества в организации управления. Данные преимущества проявляются, в частности, в связи с разработкой системы мероприятий по увеличению прибыльности и доходности организации.

Для организаций сервисного обслуживания с небольшим удельным весом постоянных расходов в себестоимости услуг максимизация прибыли может осуществляться различными методами.

Так, задача максимизации прибыли для организаций розничной торговли, общественного питания, туризма, бытового обслуживания и т. п. может осуществляться за счет усиленной рекламы, проведения широкомасштабной политики «проталкивания» своей услуги на рынке. Это требует значительных дополнительных затрат, относящихся к постоянным затратам. Но эти дополнительные затраты способствуют увеличению сбыта товаров и услуг по высоким ценам.

В данном случае, так же как и в случаях с организациями, имеющими большой удельный вес постоянных расходов в себестоимости услуг, с точки зрения управленческого учета следует регулировать рост постоянных расходов на реализацию путем экономической оценки их величины в сравнении с ростом прибыли, получаемой в результате этих дополнительных затрат.

Другим стратегическим подходом к максимизации прибыли коммерческих организаций сервисного обслуживания является увеличение цен на услуги за счет повышенного качества и предоставления услуг.

В этом случае растут не только постоянные, но и переменные расходы, поскольку повышение качества услуг обычно сопровождается использованием более дорогого оборудования и материалов, квалифицированных специалистов и т. д. Рост постоянной части затрат происходит в основном из-за введения дополнительных услуг.

При установлении данной стратегии следует рассматривать соотношение эффекта и затрат как по переменной, так и по постоянной их доле в полной себестоимости услуг.

По переменной части затрат максимизация прибыли осуществляется оперативными методами на базе выбора наиболее выгодных услуг и их потребителей в текущем режиме управления организацией. При учете изменения постоянной части расходов можно рекомендовать применение вышеизложенного метода производственного рычага.

Современное оборудование, особенно информационного и коммуникационного назначения, как часть инфраструктуры или ею обслуживаемое позволяет коренным образом изменить не только форму представления услуги, но и сам характер удовлетворения потребностей.

Высказанные в статье рекомендации по развитию бизнеса в рамках основных направлений сервисного обслуживания не отменяют еще одного принципиального условия. Важным фактором развития сферы услуг должно стать активное содействие государства в становлении и укреплении малого бизнеса, занимающего определяющие позиции в сервисном обслуживании.

Предоставление услуг населению должно быть регламентировано и обосновано с правовой, профессиональной, социальной и экономической позиций. При этом следует учитывать фактор динамики как самих потребностей населения, так и необходимости и возможности участия государства в их удовлетворении.

**ПРИМЕЧАНИЯ**

<sup>1</sup> *Томилов В. В.* Культура организации международных бизнес-коммуникаций. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2004.

<sup>2</sup> Статистический ежегодник. СПб.: Статистика, 2006.

<sup>3</sup> Отчет Начальника отдела бытовых услуг Администрации Санкт-Петербурга С. К. Остапенко, 2007.

<sup>4</sup> *Володькина Е. А., Крутик А. Б.* Предпринимательские решения в сфере сервисного обслуживания. СПб.: Астерион, 2007.