

Сологубова Г.С.

Сервисный характер туризма

СПбГЭУ (г. Санкт-Петербург)

Туризм является общественной сферой гостеприимства, которая демонстрирует его сервисный характер. Основным товаром туризма является работа по согласованию, координации, доведению до конечного потребителя материальных и нематериальных продуктов и услуг, обеспечивающих и сопровождающих путешествие. Уровень сервиса, предоставляемого в туризме, определяется уровнем технологического развития смежных отраслей, уровнем образованности местного населения и уровнем экономической зрелости принимающей стороны.

Целостность экономической системы и принцип разделения труда

В общественной жизни основными сферами экономической деятельности являются (1) производство, (2) распределение, (3) обмен и (4) потребление (рисунок 1).

Каждая сфера экономической деятельности в качестве базового ресурса рассматривает труд - целенаправленную деятельность человека по удовлетворению потребностей. В процессе труда происходит преобразование вещества природы или самого человека - предмет труда в результате осуществления разных работ преобразуется в продукт труда, создаются блага в виде товаров и услуг, представляющих собой материальные и нематериальные средства удовлетворения человеческих потребностей (рисунок 2).

Целостность экономической системы любого уровня (микро-, мезо-, макро-) обеспечивает концепция разделения и кооперации труда. Специализация является координирующим началом и связующим признаком любой хозяйственной деятельности. Специализация предполагает обособление трудовой деятельности на основе характерных признаков выполняемой работы, функционального назначения результатов работы и профессиональных требований к квалификации и компетенции исполнителя работы.

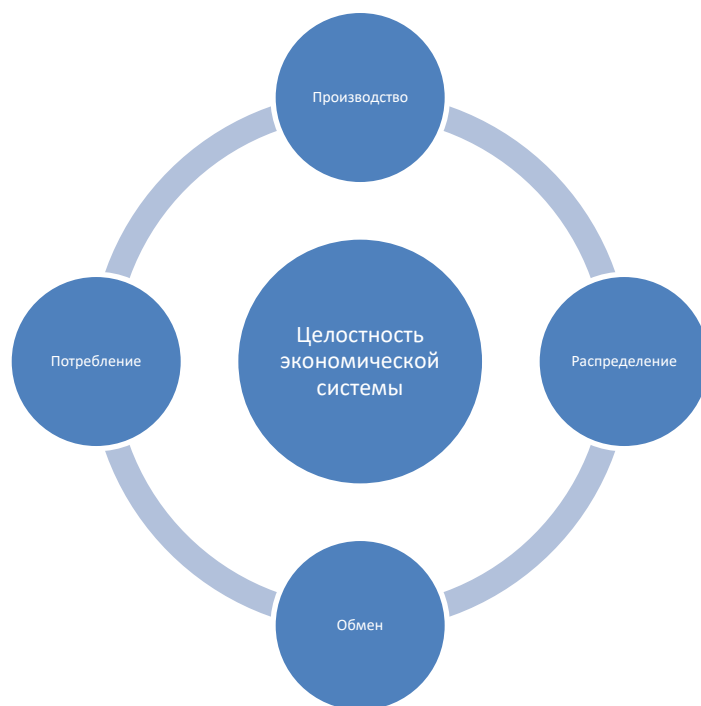


Рисунок 1. Основные сферы экономической деятельности

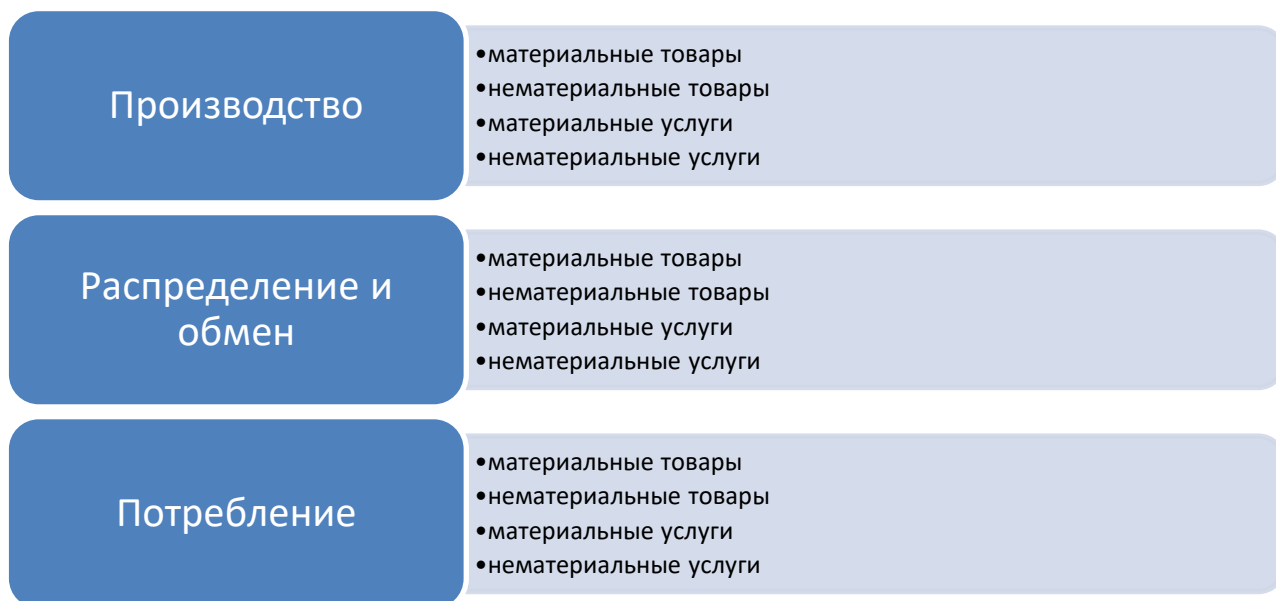


Рисунок 2. Детализация экономической системы с точки зрения продукта труда

Таким образом, происходит членение и дифференциация труда, которая определяет различие подходов в детерминировании секторов экономики: сфера материального производства и сфера услуг; сфера производства и сфера

обращения; производство материального продукта, торговля, реализующая готовую продукцию, сфера услуг, производящая и реализующая услуги; первичный (добыча), вторичный (производство) и третичный (сфера услуг) сектора экономики; первый (государственный), второй (коммерческий – бизнес-сектор) и третий (некоммерческий - добровольческий) сектора экономики, трансформационный (изменение физических характеристик экономических благ) сектор и транзакционный сектор (изменение исключительно социальных характеристик – принадлежности экономических благ кому-либо) ((North, Douglass, 1997) и др.

Признаки и определения термина «услуга»

Очевидно, что в разных контекстах термины «услуга» и «сфера услуг» будут иметь разные признаки и определения, зависящие от концепта отношения - специализации.

Так, например, определение термина «услуга» в рамках Генерального соглашения по торговле услугами членов ВТО включает любую услугу в любом секторе, за исключением услуг, поставляемых при осуществлении функций правительственной власти. «Услуга», поставляемая при осуществлении функций правительственной власти, означает любую услугу, которая поставляется на некоммерческой основе и не на условиях конкуренции с одним или несколькими поставщиками услуг [ГАТС – генеральное соглашение по торговле услугами]. Акцент в определении услуги сделан на проблеме коммерциализации трудовой деятельности государственного и административного характера.

Блогеры Кухта П. и Мягкий Ю. анализируя динамику изменений сектора услуг в национальных экономиках стран Западной Европы отмечают, что рост занятости в секторе услуг приходится в основном «на четвертичный сектор – информационных или интеллектуальных услуг, тогда как доля сферы обслуживания не связанной с интеллектуальным трудом (типа HoReCa, коммунальных услуг и транспорта), остается примерно постоянной во времени». Акцент в определении услуги сделан на выделении подсекторов

отраслевого характера в сфере услуг, их зависимости от становления постиндустриального общества: роста сервисной занятости, связанной с наукоемкими видами деятельности.

Термин «услуга» подразумевает различные виды деятельности (например, страхование, кредитование, лизинг, гарантии при поставке финансовых услуг), относится к различным секторам экономики (например, в сельском хозяйстве выполнение агромелиоративных мероприятий на мелиоративных и водохозяйственных территориях), применяется для идентификации внутрифирменных и межфирменных коммуникаций (услуги сорсинга), служит комплексным воплощением полифункционального и межотраслевого блага (туристские услуги: транспорт, средства коллективного размещения, отдых, развлечения, экскурсии, питание), является составляющей информационного продукта в сетевой экономике, характеризует качество среды или способа, формы поставки пользователю некоего блага (например, способ передачи информации, знания; форма развлечения, отдыха).

Следует отметить, что в постиндустриальном обществе, достигшем технологического совершенства и многообразия в производстве товаров (продуктов и услуг), внимание потребителей переместилось с самого продукта на способ его употребления или использования. Предметом реализации является не сама информация или отдых, а способ (форма) её предоставления (поставки). Другими словами, услуга – это работа по удовлетворению потребностей, заключающаяся в предоставлении информации, отдыха, развлечений, знаний. Услуга – это способ поставки. Услуга не всегда меняет натурально-вещественную форму продукта (например, подготовка источников информации, оказание специальных услуг подборки литературы в библиотеках и архивах; установка программного обеспечения на компьютер), но всегда добавляет к его первоначальной стоимости определённую величину. Не всякая услуга употребляется в момент производства, подобно услугам парикмахера. Многие виды услуг сохраняют разрыв во времени между производством и потреблением. Например, услуга бронирования гостиничного номера может

быть произведена задолго до поселения гостя в отель. Кроме того, клиент, производивший бронирование, не обязательно будет сам пользоваться услугами размещения в отеле. Речь идёт об эшелонированном канале дистрибуции услуг. Разрыв между производством и потреблением, физическое распределение и дистрибуция услуг позволяют говорить о возможности создания запасов услуг и управления этими запасами аналогично запасам материальных товаров, где целью управления является снижение затрат на их создание и использование.

Работа, сопровождающая продукт от производителя к потребителю – обслуживание (подбор ассортимента, комплектация, создание условий доступности) обеспечивает комфорт и выгоды потребления или использования этого продукта. Таким образом, услуга - это не только полезная работа с прибавочной стоимостью, но и с добавленной ценностью¹ и добавленной стоимостью. Уже осознав экономический эффект от добавленной ценности услуг, подкрепляющих основной продукт, в таких секторах как производство, сельское хозяйство, строительство, предприниматели активно подключились к развитию сервисных потоков внутри корпоративных сетей, параллельно развитию сферы услуг. Приняв эту идею к осуществлению, предприниматели получают шанс продолжить свой бизнес в наступившем тысячелетии.

Ещё одно важное наблюдение. Эффективность бизнеса в сфере услуг в большей степени зависит не от конъюнктуры рынка, а от организационного баланса усилий предпринимателя. Если в товарном производстве продуктивность зависит от наличия и доступности сырья, то в сфере услуг продуктивность определяют наличие и квалификация рабочей силы. Высоко трудоёмкий характер многих услуг предопределяет потребность в развитой нематериальной инфраструктуре. Глубокая сопряжённость технологий, и в

¹ Концепция добавленной ценности (цепочки ценности - value chain) была разработана Майклом Портером (Porter, M.E Competitive Advantage, 1985). Цепочка состоит из серии мероприятий, которые создают ценность и выстраивают добавленную (added value) стоимость. Мероприятия завершаются общей стоимостью (total value) поставляемой организацией (прим. автора).

первую очередь информационных, уровня развития и качества нематериальных активов: патентов, лицензий, организационных процедур, ноу-хау, информационных ресурсов, знаний, неотчуждаемой квалификации людей и, самое главное, их инновационного потенциала, обеспечивают большую экономическую эффективность сектора услуг в сравнении с сектором материального производства.

Именно это обстоятельство объясняет глобальную ориентацию экономически продвинутых стран мира на развитие «нематериальных активов» и «сервизацию современной экономики».

Многофакторная модель услуги – работы по удовлетворению потребностей

Услуга, являясь объектом рыночных отношений, представляет собой процесс. Функция услуги $F(Y)$ зависит от (1) предмета поставки N (например, информации, блюда в ресторане, группы туристов), (2) длительности T и (3) своевременности T_x поставки, (4) условий-процедур-стандартов поставки St . В самом общем виде такую функцию можно представить многофакторной моделью:

$$F(Y) = F(N, T, T_x, St) \quad (1)$$

Многофакторность определяет вариативность услуг (например, специализация та же, но время исполнения изменено), позволяет рассматривать услугу как многокомпонентный феномен (предметом поставки может быть комбинация нематериального товара и материальной услуги). Кроме того, процессная интерпретация позволяет детализировать услугу на унифицируемые элементы: стандарты процедур, стандарты качества, стандарты на товарные компоненты взаимодополняющих товаров, стандартные условия контрактных отношений, психограммы, груминг² и квалификационные требования к персоналу. Различные комбинации унифицированных элементов обеспечивают многообразие услуг, соответствующее многообразию потребностей. Базовым организационным принципом в сфере услуг является принцип

² Grooming (англ.) – требования к внешнему виду персонала, включают гигиену, макияж, декоративные атрибуты, униформу, поведение, лексику (примеч. автора).

комплементарности – взаимодополняющей связи ресурсов привлекаемых в комбинации. Именно соблюдение этого принципа обеспечивает эффективность в экономической системе координат: затраты, скорость реакции, риски.

В условиях массового производства услуг, а современный этап экономического развития отличает индустриализация сферы услуг, запасы рекомбинационного ресурса обеспечивают добротность³ организационно-хозяйственной системы любого уровня.

Добротность проявляется в своевременности предоставления нужных услуг именно тому потребителю, в нужном месте, в требуемом объёме, за нужные деньги. Добротность позволяет хозяйствующему субъекту не выпадать из тенденций экономической реальности: (1) кастомизации – массового производства индивидуализированных товаров и услуг; (2) короткого жизненного цикла продукции с особым вниманием к качеству; (3) сотрудничества и сорсинга на основе специализации, вплоть до компетенции; (4) глобализации, движителями которой стали высокоскоростные транспортные и телекоммуникационные в режиме реального времени связи.

Феноменологический характер услуг заключается в процессе согласованного взаимодействия субъектов рынка, где объектом взаимодействия является труд - специфическая целенаправленная деятельность, основанная на компетенции, квалификации, специализации. Таким образом, базовым ресурсом услуги – предмета «купли-продажи» являются (1) субъекты рыночных отношений – физические и юридические лица; (2) технологии – виды работ, методы и формы работы; (3) знания, компетенции, информация – идеология. Эффективность услуги обеспечивается регулярным мониторингом рынка и быстрым реагированием на изменения спроса с учётом его эластичности по цене, предложению.

³ Добротность в теории колебаний описывает степень отзывчивости системы, представляет собой отношение энергии, запасённой в колебательной системе, к энергии, теряемой системой за один период колебания (примеч. автора).

Литература:

1. Кухта П. Экономика третичного сектора / Блг об экономике Украины, постсоветского пространства и мира / [Электронный ресурс]. URL: <http://econoblog.com.ua/2011/01> (дата обращения 18.07.2013)
2. Лайсонс К., Джиллингем М. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок. М:Инфра – М, 2011. 795 с.