Развитие сферы деловых услуг как креативное направление инновационной экономики[1]

Тюкавкин Н.М., доктор экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой экономики инноваций,
Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева

Аннотация. Теоретические исследования направлений формирования и развития сферы услуг всегда вызывали и вызывают особый интерес в социально-экономическом развитии государства, формируя более половины валового внутреннего дохода. В настоящее время особенно бурно развивается сфера деловых услуг, предоставление которых влияет на развитие всех отраслей народного хозяйства в рамках регионального профиля всего народнохозяйственного комплекса.

Ключевые слова: теория, исследования, направления, формирование, развитие, сфера услуг, валовый внутренний доход, деловые услуги, отрасли. народное хозяйство, регион.

The development of business services as a creative direction innovation economy

Tyukavkin N.M., Head of Department of Economics of Innovation,
Samara National Research University named after Academician SP Korolev

Annotation. Theoretical research areas of formation and development of services have always attracted and cause a special interest in social and economic

[1] Статья публикуется при поддержке гранта РГНФ «Региональный конкурс "Волжские земли в истории и культуре России"».2016 - Самарская область (проект № 16-12-63004). Тема проекта: «Актуальные вопросы интеграции, диверсификации и модернизации регионального промышленного комплекса». Номер государственной регистрации НИОКР: АААА-А16-116041310109-7.

development of the state, forming more than half of gross domestic income. Currently, especially rapidly developing sphere of business services , the provision of which influences the development of all sectors of the economy within the regional profile of all economic complex.

Keywords: theory, research, direction, formation, development, services, gross domestic income, the business services industry, the economy, the region.

Обобщая теоретические подходы к исследованию деловых услуг, их характеристики, особенности и специфику деловых услуг, а также анализируя результаты исследований по функционированию рынка деловых услуг, автор определяет деловую услугу как особый, специфический товар, который представляет собой определенный алгоритм процессов функционального взаимодействия производителя и потребителя данных услуг по факту удовлетворения фундаментальной общественной потребности, которая существует и имеет свою потребительную и меновую стоимость, рост которой, при других равноценных условиях, обеспечивается определенным персоналом, имеющим и владеющим предметными знаниями и навыками[2].

Отсюда следует, что отрасль деловых услуг - это группа качественно однородных хозяйствующих субъектов, которая характеризуется[3]:

– определенными способами предоставления данных услуг в общей системе разделения труда, которые обеспечивают единство в определении сущности данного проекта потребителем, а также внешним специалистом;

– решающих принципиально однородные проблемы и задачи, создавая при этом возможность в использовании единых методов анализа и оценки;

– выполняющих роль экспертов по формированию и реализации отдельных управленческих и консалтинговых функций в хозяйствующих организациях народнохозяйственного комплекса страны.

Из теоретического анализа сферы услуг известно, что их отличительными характеристиками являются[1]:

– нематериальная (неосязаемая) форма;

– адресность и конкретность предоставления определенных услуг;

– неотделимость услуг от источника их формирования.

Также отметим, что все производители деловых услуг, кроме их производства, являются также их единственными их продавцами, а участвующие в данном процессе торговые агенты лишь играют роль вспомогательного звена в процессе продвижения и реализации услуг на рынке. Такое распределение ролей неизменно гарантирует главенствующее положение всем производителям сферы деловых услуг во всех рыночных процессах их формирования и реализации[4].

Определенность и уникальность этого положения также подчеркивается еще тем, что производители услуг имеют возможность полного контроля всего вышеназванного процесса и использовать все привлекаемые для этого ресурсов (финансовые, материальных, трудовых и др.).

С учетом того факта, что само понятие «деловая услуга» не является утвержденным и стандартизованным, находится в стадии научного дискуссионного обсуждения, то классификация деловых услуг поставщиков представляет авторскую трактовку (таблица 1).

Таблица 1

Классификация организаций-продуцентов по формированию деловых услуг

№пп	**Признак классификации**	**Организации-поставщики**
1	По отраслевой специализации ти видам деятельности предоставляемых услуг	- моноотраслевые; -узкоспециализированные; -многоотраслевые.
2	По функциональным задачам	Решающие проблемы в области: - ценообразования; -корпоративной стратегии; -технологической стратегии; - товарной стратегии; - стратегии информационных технологий и т.д.
3	По сегментам потребителей обслуживающие:	- внешних потребителей; - внутренних потребителей
4	По месту нахождения покупателя обслуживающие:	- внешних потребителей; - внутренних потребителей

5	По степени квалификации персонала:	– высокой квалификации; – необходимой квалификации; – минимального опыта и навыков у персонала.
6	По степени стандаотизации:	– алгоритмированные; – единичного исполнения
7	В зависимости от количества персонала, оказывающего услугу:	– единолично оказываемая; – предоставляемая группой лиц
8	По уровню новизны и инноваций предоставляемых услуг:	– инновационные; -модернизированные; – модифицированные.
9	По получателям услуги	– заказчики; -посредники; – третьи, не заинтересованное в оказании услуги лиц
10	По степени участия в международном обмене	– услуги, как объекты внешней торговли; – услуги, не являющиеся предметом экспорта; – услуги, экспортного и импортного типа.

Ряд теоретических исследований сферы услуг акцентируют свое внимание на том, что услуги, а особенно те, которые связаны с большими затратами труда, являются гетерогенными услугами. Провайдеры представляют их разными способами, для разных клиентов, а также в разные временные моменты. В таких случаях обеспечить однообразие действий персонала по их предоставлению (т. е. постоянное качество) довольно сложно. Отсюда следует вывод, что та услуга, которую компания собирается поставить своим клиентам, может иметь существенные отличия от тех услуг, которые они в результате получат [5].

Но, с другой стороны, вариативность качества услуг открывает дополнительные возможности для их продуцентов. Те же самые провайдеры смогут легко добиться дополнительных преимуществ над своими конкурентами. А клиенты, зная о вариативности услуг, смогут уменьшить собственный риск в получении той или иной услуги надлежащего качества, поэтому предпочитают такие организации-продуценты, которые себя зарекомендовали как наиболее надежными поставщиками услуг, причем качественных услуг.

У деловых услуг, наряду с определенными различиями во всех сферах их применения, а также в методах и формах их реализации существует важная экономическая особенность: все деловые услуги имеют условно иили непосредственно производительный характер, они направлены на повышение эффективности функционирования компаний, их приобретающих[2]. Это основная отличительная черта деловых услуг, по отношению к другим услугам социально-бытового или иного характера. Данная специфика определяет некоторые приоритеты в развитии отрасли деловых услуг. К числу таких приоритетов автор относит:

– усиление инновационного управления поставщиками деловых услуг;

– креативное развитие коммуникационных процессов в сфере производства и реализации деловых услуг;

– непрерывный мониторинг и анализ рынка деловых услуг.

Теоретические проработки и анализ проблем, которые имеются в отрасли деловых услуг, автор прове через организацию социологического обследования, охватив в качестве основных респондентов ТОП-менеджмент хозяйствующих субъектов, сотрудников совместных предприятий с иностранцами, студентов экономических направлений вузов Самарского области, а также независимых консультантов.

Полученные результаты предоставляют материал, который в основной степени отражает специфику региональной сферы деловых услуг. В проведенных исследованиях отмечается многовариантность и панорамность регионального рынка на мезоэкономическом уровне. Исследование показало, что из 100 руководителей различных отраслей и видов деятельности регионального хозяйствующего комплекса Самарского региона только 20 % оценили свое экономическое состояние как удовлетворительное, 58% как неустойчивое, 22% – как кризисное. Исходя из этого был сделан вывод о необходимости потребления или объективной потребности в потреблении деловых услуг, который связан с необходимостью вывода большей части

компаний из неустойчивого и кризисного состояния, а также обеспечения в дальнейшем эффективного функционирования инновационных организаций.

У независимых экспертов и консультантов также не было единого мнения по поводу потребности в получении деловых услугах. Только 30% респондентов отмечают, что услуги востребованы надлежащим образом, а 70% указывают на недостаточность данной востребованности. Но наряду с этим 36% менеджеров сферы сервиса дали положительный заключение о необходимости развития сферы деловых услуг, а 60% отметили только частичную потребность в данного вида услугах и лишь 4% не смогли ответить на поставленный вопрос[4].

Автор также аргументирует, что имеющиеся подходы к точному определению, а также классификации всего многообразия деловых услуг недостаточно точны: ряд исследователей включают в их число целый комплекс видов деятельности, которые не соответствуют по своим функциям и характеру деловым услугам. Здесь, в начале, необходимо точно определить то, что мы подразумеваем под деловыми услугами. Данная классификация вызвана тем, что почти за почти полувековой период трансформации рынка услуг, связанного с изменением технологического уклада, значительно модифицировались и деловые услуги.

Автор предлагает следующее определение деловых услуг: «Деловые услуги – это особый вид профессиональной деятельности, которая направлена на удовлетворение специфических потребностей определенных потребителей (как юридических, так и физических лиц), возникающих при осуществлении предпринимательской деятельности, в целях повышения прибыли своих компаний». Ключевыми словами здесь является предпринимательская деятельность, т.е. частный сектор и прибыль. Деловые услуги направлены на повышение экономической эффективности деятельности.

В настоящее время, предлагаемые различными исследователями типологии деловых услуг, по мнению автора требуют коррекции и пересмотра. Часто, к деловым услугам относят услуги, которые потребляют граждане и

юридические лица, в целях, не связанных с предпринимательской деятельностью, а также представляют собой другие, самостоятельные виды деятельности, которые осуществляются по отдельным договорам, и не могут относиться к сфере деловых услуг.

Следовательно, научное и практическое применение имеющихся классификаторов услуг значительно усложняют все многообразие услуг, а также не позволяют детально классифицировать деловые услуги[3]. В этой связи, автором предлагается собственная, уточненная классификация деловых услуг, в которой определяется, что основную долю в общем наборе деловых услуг имеют «деловые профессиональные и технические услуги», а также «прочие деловые услуги». Интересно отметить и факт того, что «информационные услуги» занимают довольно малую часть оборота деловых услуг (таблица 2).

Таблица 2

Виды деловых услуг

Консалтинг
Деловые профессиональные и технические услуги
Маркетинг
Реклама
Юридические и аудиторские услуги
Управление персоналом и рекрутмент
Услуги в области архитектуры, инженерные услуги и услуги в технических областях
Бизнес-образование
Охранная деятельность
Безопасность бизнеса
Деловой туризм
Интеллектуалтные услуги
Услуги в научных разработках и техническом обслуживании
Информационные услуги
Инжиниринговые услуги
Прототипирование

Далее, в работе, автор провел анализ развития ведущих рынков деловых услуг по направлениям, указанным в таблице 2. Проведенный анализ позволил сделать следующие выводы:

1. Организации-продуценты, которые оказывают деловые услуги, не накопили достаточного опыта для их разработки и оказания, не созданы собственные процедуры и технологии реализации.

2. Организации-продуценты тех видов деловых услуг, которые не являются новыми, достаточно конкурентоспособны (аудит, юридические услуги, консалтинг, инжиниринговые услуги, интеллектуальные услуги и пр.), но они не обладают достаточным опытом функционирования в рыночной экономике, особенно в условиях высокой конкуренции с иностранными компаниями-поставщиками услуг. Это обусловило уменьшение количества организаций-продуцентов в сфере деловых услуг.

3. Руководители отечественных компаний-потребителей деловых услуг недостаточно высоко оценивают их роль, не считают важным привлекать сервисные организации и решению проблем, не доверяют экспертам. Это обусловлено невысоким качеством деловых услуг, а также сложностью решения вопросов защиты интересов потенциальных сторон по договорам на оказание деловых услуг.

4. Из-за невостребованности деловых услуг российским рынком появился значительный отток квалифицированного персонала по их оказанию. А так как предоставление деловых услуг требуют не только наличия высоких профессиональных знаний и умений, но также и особого мышления, способностей, то данная проблема во многих направлениях препятствует формированию и внедрению на рынке новейших технологий оказания деловых услуг[4].

5. Из-за высокой конкуренции, а также концентрации основных потребителей деловых услуг в районах крупнейших городов, по определенным видам деловых услуг, происходит значительное сокращение количества и укрупнение организаций, оказывающих данные услуги. Кроме этого, возникают местные монополии, а региональные рынки деловых услуг развиваются медленными темпами.

6. По ряду деловых услуг, таких как научное и техническое обслуживание, инжиниринговые услуги, высок физический и моральный износ технической базы сервисных организаций, осуществляющих их исследования и разработки. На сегодняшний день средний возраст научно-технического оборудования составляет приблизительно 17 лет, а также около 15% оборудования имеет срок эксплуатации от одного до десяти лет.

Вместе с данными выводами необходимо подчеркнуть, что предоставление деловых услуг во многом зависят от качества управления компанией по поддержке и организации предпринимательства, которое растет в зависимости от темпов роста экономики, повышения сложности экономических отношений, ростом уровня жизни населения[5].

На российском рынке наиболее устойчивыми выглядят сферы юридических и аудиторских услуг, где имеется сектор предприятий, сформировался постоянный круг потенциальных клиентов, а также детально отработаны некоторые процессы взаимодействия с заказчиком. Здесь основой является глубокое изучение поставщиками услуг отечественного законодательства, понимание специфики экономических взаимоотношений, практики предпринимательства.

Библиографический список

1. Исследование проблем рынков деловых услуг в условиях присоединения России к ВТО и влияния их развития на производство промышленной продукции // Итоговый отчет. Рег. 01.2.00316805. Инв. 02.20.0307088. М. 2003

2. Сараев А.Л., Сараев Л.А. К оценке прибыли и затрат предприятий, модернизирующих структуру производства // Вестник Самарского государственного университета. 2013. № 1(102). С. 186-196.

3. Тюкавкин Н.М. РОССИЯ ВО ВТО: ИТОГИ ГОДА РАБОТЫ//Аудит и финансовый анализ. 2013. – № 6. – С. 411-414.

4. Тюкавкин Н.М. Экономический феномен Китая // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара. – 2007. – № 3 (29), С. 138-142.