**Гуманитарные аспекты идентификации и прогнозирования развития сферы бизнеса**

Янченко В.Ф.

Трудно сегодня переоценить роль сервиса как одной из реальных составляющих жизнедеятельности общества, по которой можно уверенно судить об уровне или качестве жизни населения. Разработка конкретных мер по развитию сервиса должна опираться, с одной стороны, на четкое определение того особенного, чем эта сфера деятельности отличается от любой другой (например, от промышленного производства). Иными словами, речь идет об идентификации сферы услуг. С другой стороны, необходимо выявить основные тенденции, присущие современному сервису, а также факторы, стимулирующие или тормозящие развитие этой исключительно динамичной области экономики.

Решение первой из задач в значительной мере затрудняется вследствии присущей современному сервису особенности, заключающейся в его проникновении практически во все области человеческой деятельности.

Одной из характеристик современного общества как раз и является достаточно развитая и преобладающая над остальными сферами экономики индустрия сервиса. Кстати, концепция постиндустриального общества (основателем которой является американский социолог Д. Белл) во многом подтвердилась на практике и при некоторых допущениях может быть одним из ориентиров для обоснования тенденций развития отечественной экономики на ближайшую перспективу.

Существуют различные по своей широте или используемым критериям подходы к решению задачи идентификации сферы сервиса, учитывающие основные тенденции, свойственные современному сервису, в том числе:

1) Возрастание удельного веса сервиса в экономике ("сервизация экономики");

2) Изменения, вызванные влиянием научно-технического прогресса и обострившейся конкуренции;

3) Рост индивидуализации требований потребителей услуг;

4) Изменения в праворегулировании сферы услуг. Влияние консьюмеризма.

Эти тенденции в своем совокупном действии способствовали не только росту качества услуг, но и реструктуризации сферы сервиса, заключающейся в том, что отдельные направления сервиса начинают сворачивать свою деятельность с учетом падающего спроса, а другие, наоборот, получают более широкое развитие.

Общее состояние этой сферы в Российской Федерации можно определить как переходное от преимущественно распределительной и уравнительной модели сервиса, в которой потребитель имеет минимум прав, к рыночной модели, основанной на частной инициативе, конкуренции и ориентации всех процессов, действующих в этой сфере, на потребителя.

При решении проблемы идентификации сферы сервиса в российских условиях необходимо также учитывать:

ћ наличие двух почти аналогичных по объемам предоставления и видам услуг сфер сервиса: сервис для предприятий и сервис для частных лиц;

ћ высокий динамизм сферы сервиса, заключающейся в образовании новых видов услуг, их дифференциации по видам, классам и т.п.;

ћ влияние на легальный бизнес сферы "теневого сервиса".

Любая целенаправленная деятельность предприятий сферы сервиса основывается на обязательном исполнении функции планирования потребного (желаемого) будущего, начиная с постановки целей и кончая планированием конкретных действий по предоставлению услуг потребителям и развитию предприятия.

Адекватное использование результатов прогнозирования в области развития предприятий сферы сервиса и повышения конкурентоспособности услуг заключается в соотнесении образов желаемого будущего этих объектов с достижимыми целями, задачами и последствиями текущих управленческих решений. В прогнозировании, как правило, используются два направления футурологических исследований. С помощью первого из них - прогностики (prognostics) исследуется динамика процессов, происходящих как на самом предприятии, так и во внешней среде, определяется характер основных тенденций, явлений и событий и причинно-следственных связей между ними в прошлом, настоящем и будущем.

Второе направление футурологических прикладных исследований - научное предвидение (future - imaging) заключается в целостном системном обосновании отдельных элементов отдаленного будущего. Эти "образы будущего" нередко могут противоречить и даже отрицать явления и тенденции, происходящие в настоящем (то есть, иметь более "позитивное" или "негативное" по сравнению с ожидаемым качеством).

Прогнозы развития отечественных предприятий в ближайшей перспективе показывают, что предприятиям XXI века будут свойственны такие черты, как

ћ Децентрализация производственных, бытовых и сервисных функций, заключающаяся в реструктуризации крупных компаний и образовании бизнес-единиц, полностью ответственных за результаты своей деятельности. П. Друкер, например, образно сравнивает современное предприятие с линкором, а будущее предприятие с флотилией;

ћ Ориентация на нововведения, поиск новых видов продукции и новых рынков;

ћ Распространение информационных технологий на все сферы деятельности предприятий, включая вопросы интеграции производственных и обслуживающих процессов с партнерами по совместной деятельности;

ћ Формирование глобальных стратегий;

ћ Усиление ориентации на потребности клиента;

ћ Акцент в подборе руководителей не на такие качества, как решительность, а, прежде всего, на умение предвидеть развитие ситуации, умение создавать возможности для роста персонала.

Организации, которые в кратчайшее время будут соответствовать вышеуказанным требованиям, станут наиболее конкурентоспособными в ближайшей перспективе.