Содержание

Введение

1. Структура сервисной деятельности и удовлетворение потребностей

2. Методологические основы сервисной деятельности

3. Подход к изучению сервисной деятельности в рамках "общества потребления"

4. Классификация услуг и сервисной деятельности в научном анализе

Заключение

Список используемой литературы

## Введение

В течение последнего десятилетия в нашей стране неуклонно растет спрос на специальности, связанные с сервисом. В советский период оказание общественных услуг рассматривалось как разновидность непроизводительного труда, что превращало сферу услуг во второстепенный объект научно-теоретического анализа в отличие от промышленного и сельскохозяйственного производства. В структуре нашей экономики сфера услуг выступала в качестве периферийной составной части, развитие которой финансировалось по остаточному принципу. Это заметно тормозило процессы ее обновления, определяло наличие в ней ограниченного числа направлений и форм обслуживания. Правда, в период так называемого развитого социализма (70-е и первая половина 80-х годов) официально признавалось, что перед советским обществом стоит задача умножения разного рода услуг с целью удовлетворения общественных и индивидуальных потребностей. Однако, несмотря на высокие цели, социально-экономическое понимание услуг оставалось крайне узким, что противоречило повышению роли сервиса в мировой практике. Все же, несмотря на слабую теоретическую основу, советская экономическая мысль смогла выработать ряд адекватных представлений об общественных и индивидуальных потребностях, о способах их удовлетворения. Некоторые из этих разработок могут оказаться полезными в изучении современной сервисной деятельности.

Наряду с понятием "сервис" в нашей стране широко используется понятие "услуга", означающее действие, приносящее пользу, благо, помощь другому человеку. Таким образом, ключевой момент в понимании сервисной деятельности связан с представлением о пользе, услуге. Понятия "услуга" и "сервис", приобретают в целом одинаковый смысл. Вместе с тем они могут образовывать в русском языке такое словосочетание, как "сервисная услуга", что призвано отразить современный тип обслуживания.

Теоретическое понимание сервисной деятельности приобретает глубокое содержание, отображающее многогранную природу сервиса. Практика сервисной деятельности ныне трактуется как обширное пространство хозяйственной активности, в которую вовлечены две основные стороны. Так, в ней представлены специализированные структуры, производящие услуги и предлагающие воспользоваться ими на основе рыночного обмена. Для производителей услуг сервисная деятельность выступает разновидностью профессионального труда, бизнеса, управления в сфере хозяйствования. Вместе с тем в процессе своего труда производители услуг неизбежно сталкиваются с потребителями, которые сообщают сервисной деятельности во многом неэкономические характеристики, порождаемые их интересами, эмоциями, ценностными ориентациями. В пространстве сервисной деятельности потребители услуг выступают другой стороной, которая через рыночный обмен желает получить конкретные блага с учетом своих потребностей. Потребитель предъявляет к сервисной деятельности широкий диапазон специфических требований, усматривая в ней многообразные возможности, позволяющие реализовать свои запросы и нужды.

Такое понимание сервисной деятельности дает возможность подойти к ней как к многоплановому экономическому, социальному и культурному феномену.

Она выступает одновременно хозяйственным механизмом удовлетворения общественных и индивидуальных потребностей, важным звеном общественного воспроизводства, распределения и потребления товаров, а также социальным инструментом повышения благосостояния людей.

Со второй половины XX в. все более глубоко начинает осознаваться значение сервисной активности как источника социокультурных инноваций, способа динамизации всего общественного развития - через информационное обслуживание, расширение услуг познавательного плана и т.п. Все перечисленные аспекты и подходы к пониманию сервисной деятельности позволяют представить ее как сложный объект междисциплинарного научного анализа.

## 1. Структура сервисной деятельности и удовлетворение потребностей

**"**Сервис - то особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группа или организациями".

Потребности человека разнообразны и образуют сложно структурированную систему. Сервисная деятельность также разделяется на большое количество направлений (сфер, форм, секторов и т.п.). Структура сервисной деятельности должна в общих чертах повторять структуру потребностей, соответствовать ей. Так, материальным и духовным потребностям соответствуют два направления сервисной деятельности - материально-ориентированная и духовно-ориентированная. Наличие индивидуальных, групповых и общечеловеческих потребностей выражается в существовании иерархии форм сервисной деятельности, охватывающей различные общности людей:

уровень микрорайона (бытовое обслуживание и ремонт);

уровень района;

уровень города (транспортная система);

уровень региона внутри государства;

уровень отдельного государства (правовые услуги, финансовая система, здравоохранение, образование);

уровень региона, группы государств;

общемировой уровень (на нем пытаются действовать средства массовой информации и сервисные службы транснациональных корпораций).

Сфера услуг имеет постоянно развивающуюся структуру. В ней можно выделить крупные направления деятельности, которые сохраняются в течение длительного времени. В России эти направления официально зафиксированы в Общероссийском классификаторе услуг населению ОК 002-93. Классификатор включает в себя следующие группы услуг:

01 - бытовые услуги;

02 - услуги пассажирского транспорта;

03 - услуги связи;

04 - жилищно-коммунальные услуги;

05 - услуги учреждений культуры;

06 - туристские и эксплуатационные услуги;

07 - услуги физической культуры и спорта;

08 - медицинские услуги, санаторно-оздоровительные услуги, ветеринарные услуги;

09 - услуги правового характера;

10 - услуги банков;

11 - услуги в системе образования;

12 - услуги торговли и общественного питания, услуги рынков;

80 - прочие услуги.

Подробные обзоры основных классификаций услуг содержатся в трудах специалистов Московского государственного университета сервиса. Так, согласно одной из наиболее распространенных классификаций можно выделить пять укрупненных видов сервисной деятельности:

технический сервис;

технологический сервис;

информационно-коммуникативный сервис;

транспортный сервис;

гуманитарный сервис.

Вопрос о методах сервисной деятельности не очень хорошо исследован и требует специальных пояснений.

Метод - это способ осуществления какой-либо деятельности, совокупность приемов и операций, необходимых для теоретического и практического освоения действительности. В применении к сфере услуг метод сервисной деятельности можно, следовательно, определить как способ оказания услуг, совокупность приемов и операций, позволяющих оказывать услуги и удовлетворять потребности клиента.

Обычно на методы деятельности не обращают особого внимания, тем более, если они давно сложились и применяются почти автоматически. Однако в сложных и кризисных ситуациях, возникающих в деятельности служб и предприятий, обнаруживается, что специальный анализ и корректировка методов деятельности позволяют повысить ее эффективность, а иногда помогают найти выходы из сложившейся кризисной ситуации.

Сервисная деятельность, как и потребности людей, которые она удовлетворяет, отличается сложностью и комплексностью. Поэтому в ней используется большой набор разнообразных методов, связь между которыми может быть отдаленной и опосредованной.

Методы удовлетворения потребностей можно, прежде всего, разделить на две группы: общие, применяемые в различных сферах человеческой деятельности, и специфические, которые возникают и разрабатываются именно в сфере сервиса (хотя потом могут частично заимствоваться в других областях деятельности общества).

К общим можно отнести, прежде всего, наиболее фундаментальные методы, необходимые для любой успешной деятельности, - метод объективного подхода и метод рассмотрения любых явлений в их изменении и развитии. (На языке философии это материалистический и диалектический методы). На первый взгляд, они могут показаться банальными, само собой разумеющимися. Но это ошибочное, упрощенное мнение. Так, метод объективного подхода требует адекватно, неискаженно осмысливать ситуацию, действовать в соответствии с законами природы, человеческой психики и принимать во внимание закономерности функционирования технических систем. В реальности нередка ситуация, когда руководитель или рядовой работник дают ошибочную оценку происходящему - мнениям и настроениям потребителей, качеству услуги, возможностям техники или коллег по работе, возникающим конфликтным ситуациям и т.п. Общий метод объективного подхода должен быть конкретизирован через специальные методы и методики сервисной деятельности, которые дают возможность принимать правильные решения и достигать поставленных целей. Диалектический метод ориентирует на анализ любой ситуации в ее развитии. Так, если мы будем планировать приобретение технических средств для оказания услуг на основе сегодняшних потребностей, не учитывая их изменений (насколько возможно их предусмотреть), то спустя какое-то время можно оказаться в кризисной ситуации. Поэтому в любой сфере деятельности общества осуществляется прогнозирование и предвидение с учетом направлений изменения существующей ситуации.

К общим методам относятся также системный подход, необходимый для организации деятельности в сфере услуг (особенно на долгое время и в крупных масштабах) и близкий к нему синергетический метод (синергетика - общая теория самоорганизации, или теория эволюции и самоорганизации сложных систем).

## 2. Методологические основы сервисной деятельности

*Сервисная деятельность* - это активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг. Одна сторона в этих взаимодействиях, обладая многообразными потребностями, желает получить определенные блага, а другая сторона, оказывая конкретные услуги, предоставляет им возможность обладать такими благами. *Цель этих отношений* - не создание материальных ценностей, а удовлетворение человеческих потребностей. Исторически вырастая из процессов самообеспечения и родственной взаимопомощи, сервисная деятельность успешно интегрировалась в отношения рыночного обмена. Это обусловило разделение и профессионализацию труда работников, оказывающих услуги, а также их предпринимательскую активность на рынке услуг.

Сервисология - наука о сервисной деятельности, которая формируется ныне в мировой аналитике как междисциплинарная, теоретическая и прикладная область исследований. Давно было установлено, что труд в сфере сервиса во многом отличается от труда в промышленном или сельскохозяйственном производстве.

В настоящее время научный анализ сервисной деятельности, имеет разные уровни и компоненты рассмотрения своего предмета. *На эмпирическом* *уровне* анализа осуществляется сбор данных о сервисной деятельности - определяется ее природа, описывается характеризующие ее факты, процессы, устанавливаются границы и составные части. Более сложный анализ осуществляется на следующем уровне познания, который связан с формированием обещающих теоретических представлений о сервисной деятельности.

*Общетеоретический анализ* - наиболее высокий уровень осмысления сервисной деятельности как целостного феномена общества. В этом случае отрабатываются теории, рассматривающие сервисную деятельность как явление хозяйства, социальных отношений, духовной активности, а также устанавливаются закономерности ее исторического развития, изучается характер ее трансформации под влиянием внешних изменений. Осознание теоретических аспектов этого уровня позволяет выработать методологию анализа сервиса.

Под *методологией анализа сервисной деятельности* понимается система общетеоретических представлений, познавательных принципов, положенных в исследование ее сущности, закономерностей ее исторической эволюции, а также места в общественном производстве, в социальной структуре и культурной практике. В науке о сервисной деятельности *прикладной уровень* приобретает огромную важность, так как вопрос о совершенствовании сервиса актуален для работников этой сферы.

Теоретические представления об услугах на первоначальном этапе их анализа носили экономико-централистическую направленность. Во второй половине 20 века понимание сервисной деятельности приобретает *междисциплинарный характер*, в рамках которого экономические, социологические аспекты анализа рассматриваются как равноправные.

Научный анализ услуг начинался не столько со сбора эмпирических фактор, сколько с выяснения их общественной и экономической природы. Этот процесс происходил в 18-19 веках в английской политэкономии. Английская политэкономия рассматривала услуги как составную часть экономических отношений. Ученые относили услуги к нематериальным благам. Особенностью характера услуг является: *производительный* труд, связанный с созданием техники, товаров повседневного спроса. А. Смит писал: "Труд некоторых самых уважаемых сословий общества, подобно, труду домашних слуг, не производит никакой стоимости и не закрепляется и не реализуется ни в каком длительно существующем предмете или товаре, могущем быть проданным, который продолжал бы существовать и по прекращении труда…" (Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов/Пер. с англ. Т.1 М., 1962) Неосязаемый, невещественный результата труда при оказании многих видов услуг стал определяющим признаком, позволяющим считать сервисную деятельность *непроизводительным* трудом в отличие от производительного труда в материальном производстве.

В научном анализе любого объекта большое значение приобретает определение предметно-дисциплинарного ракурса, который обеспечивает адекватное отображение сущности сервиса.

## 3. Подход к изучению сервисной деятельности в рамках "общества потребления"

Начиная с 50-60-х годов XX в. зарубежные аналитики делают объектом пристального внимания процесс интенсивного развития услуг в экономике стран Западной Европы и Северной Америки. В этот период развиваются концепции "общества всеобщего благоденствия", "общества изобилия", "общества потребления", в которых обосновывается возможность удовлетворения многообразных личных потребностей за счет не только промышленного роста, но и технологических нововведений, достижения на этой основе социальной однородности (идеи Дж. Гэлбрайта, У. Ростоу и др.). В этом случае оправдывается и практически стимулируется расширение в общественной практике массовых потребительских ожиданий.

В середине XX в. под влиянием изменений, которые происходят в экономической практике, а также в связи с трансформацией массовых психологических установок теоретическая мысль развитых стран Запада расширяет анализ сервисной деятельности, обогащая экономический ракурс ее изучения другими дисциплинарными подходами. В самой экономической науке происходит переосмысление услуги как элемента производительного труда. Соглашаясь с различением материальных и нематериальных благ-услуг, многие экономисты приходят к убеждению, что любой труд, приводящий к достижению общественно полезных целей, позволяющий удовлетворять человеческие потребности, является производительным трудом. Признается также, что возможны взаимопереходы вещественных и невещественных благ друг в друга.

В итоге констатируется, что движение благ-услуг в экономической системе содержит те же качества, что и при обмене вещественными благами. Данный факт позволяет преодолеть прежние представления об иррациональном характере процессов обмена в сфере услуг. Все присущие характеристики и элементы рыночных отношений в сфере услуг имеют реальное содержание в условиях товарного производства, хотя одновременно целый ряд особенностей сервисной деятельности придает ей своеобразный характер.

Таким образом, происходит умножение предметно-дисциплинарных подходов к анализу услуг. Помимо экономических идей широко начинают использоваться социологические, социально-психологические, политологические, культурно-антропологические и другие теоретические подходы, что заметно обогащает методологию анализа сервисной деятельности. Так, разделение услуг на общественные и индивидуальные осуществляется на основе идей, обосновывающих разные типы социальных благ. Среди благ выделяются чисто общественные, смешанно-общественные, а также блага индивидуального пользования. Этот подход позволяет по-разному обосновать различные комбинации производства разных благ - в рамках государственных учреждений, через коммерческие и смешанные формы. К этому добавляются теоретические представления о правах личности на различные блага и услуги в обществе современного типа.

Широко используются также представления о социально-психологической базе потребностей, разрабатываются теоретические идеи о регулировании сервисной деятельности со стороны государства, о менеджменте на предприятиях сферы услуг. Например, структурно-функциональный подход к исследованию сервисной деятельности позволял не только вскрыть ее внутренние элементы, структуру, функции, но и определить место в социальной организации.

Теории социального взаимодействия и обмена сделали возможным рассмотрение сервисной деятельности в тесном соотношении с задачами удовлетворения потребностей людей в контексте макромасштабных систем социального действия. С позиций этих теоретических подходов было, например, выяснено, что чисто экономические установки и линии поведения человека, как правило, опосредованы его статусными притязаниями, ценностными ориентациями, а нередко и стремлением подражать окружающим.

Представления, сформированные в символическом интеракционизме (направление научного анализа, вобравшее в себя идеи социологических и социально-психологических теорий), помогли конкретизировать психологические особенности потребительской активности разных групп потребителей, их стремление занять более высокое статусное положение, постоянно обновлять потребительские установки и ценности. Все это подготовило почву для создания теории потребительского поведения.

Развитие сферы услуг социологи напрямую связали с увеличением свободного времени у работников современного производства. Постепенно сформировался целый раздел социологии, связанный с анализом отдыха, - социология свободного времени и рекреации. Это помогло сделать вывод о том, что в изучении отдельных направлений и сфер рекреации невозможно ограничиться лишь сведениями социологического характера. Социологи вынуждены опираться на теоретические идеи, которые отображают характерные особенности сервиса в том или ином сегменте сферы услуг. Так, изучая оздоровительный и медицинский сервис, невозможно абстрагироваться от знаний и выводов, взятых из биологических, психологических, медицинских наук. В разделе социологии рекреации, связанном с туризмом и путешествиями, используются научные данные о географии, ландшафте, климате. Анализ образовательных услуг включает в себя научные представления о возрастной психологии, педагогике и др.

Формулируются также практические рекомендации по использованию возможностей маркетинга и рекламы в повышении эффективного обслуживания. Особое направление в исследовании сервисной деятельности связано с формированием представлений о производственном менеджменте, включая и менеджмент сервисной деятельности. Анализ менеджмента связывался с пониманием природы и сущности предприятия, а также с оценкой его эффективности в рыночных условиях. Данные категории неодинаково трактовались в рамках разных теорий и подходов к изучению эффективности управленческой деятельности в экономической практике, что особенно отчетливо видно на примере их эволюции за последние 100 лет.

Вместе с тем теоретическая трактовка менеджмента постепенно обогащается и усложняется. Управление сервисным предприятием рассматривается как многофункциональная активность, нацеленная на прогнозирование и планирование его деятельности, организацию и руководство персоналом, учет и анализ материально-финансовых ресурсов, всесторонний контроль. Кроме того, в менеджменте выделяются такие блоки, как текущее и стратегическое управление, управление персоналом, финансовый, инвестиционный, инновационный, социальный менеджмент, природоохранное направление и др.

Добавим, что в общем перечне функций и блоков производственного менеджмента существуют специальные управленческие задачи, связанные преимущественно с сервисной деятельностью. В качестве примера сошлемся на важность овладения руководителями сервисных предприятий знаниями о закономерностях управленческого регулирования производства самих сервисных продуктов и оптимизации сервисных потоков. Таким образом, в рамках науки о сервисе рождается самостоятельное прикладное направление - логистика сервисного отклика.

Логистика сервисного отклика рождалась из науки логистики, которая сводилась к управлению и оптимизации материальных потоков и связанных с ними информационных и финансовых потоков в той или иной системе. Позже логистика переключилась на широкий диапазон деятельности, связанной с эффективным движением конечных продуктов от конца производственной линии к покупателю. Подобная деятельность сосредоточивалась на транспортировке, складировании, обработке материалов для хранения и перевозок, защитной упа­ковке, заказах на продукцию, прогнозировании спроса, маркетинге и обслуживании потребителей.

Становление широкого объекта логистического анализа означало и шаг вперед к рассмотрению сервисной деятельности с точки зрения логистики. При этом родился не только новый ракурс логистики (логистика услуг), но появился новый сегмент сервисной практики, который предлагает свои услуги в логистическом анализе.

Сегодня логистика сервисного отклика определяется как процесс координации логических операций, необходимых для оказания услуг наиболее эффективным способом с точки зрения затрат и удовлетворения запросов потребителей. Руководители сервисных фирм могут использовать те же принципы подхода при управлении потоками услуг, что и для материальных потоков. Однако это заимствование должно быть, во-первых, частичным, взвешенным, во-вторых, при этом следует считаться со спецификой сервисного процесса Усложнение характера и умножение подходов к теоретическому анализу сервисной деятельности вносит в науку о сервисе множество дополнительных аспектов, формируя методологический и методический плюрализм его исследования. В наши дни эта наука представляет собой междисциплинарное направление, ведущую роль в котором выполняет экономический и социальный анализ. Однако в разных ее разделах может быть актуализирован широкий спектр научных идей, представлений и методов, начиная от медицинских теорий и кончая философско-эстетическим анализом.

Помимо теоретического уровня, данная наука включает в себя масштабный прикладной уровень, знания которого нацеливаются на использование научных представлений, выводов и рекомендаций в практике сервисной деятельности.

## 4. Классификация услуг и сервисной деятельности в научном анализе

Важной теоретической и практической проблемой анализа сервисной деятельности является вопрос о структурировании сферы услуг, а также о классификации услуг и сервисной деятельности. Ниже затронем некоторые аспекты их классификационного деления.

Разработка критериев классификации нацеливается на определение и отбор важнейших типологических признаков услуг и сервисной деятельности, которые могут помочь в деле их разбиения на составные единицы (направления, разновидности, группы). Важно, чтобы эти качества были не случайными или малозначимыми, но отображали бы существенные свойства сервиса, позволяя формировать на основе множества реальных услуг важнейшие типологические единицы. Например, такой критерий, как "степень массовости", позволяет подразделять все услуги на два типа: массовые и немассовые. В свою очередь среди немассовых услуг на основе разных критериев можно выделить ряд дополнительных группообразующих единиц (услуги элитарные, эксклюзивные и др.).

Выработка классификационных критериев приобретает немаловажное значение, ибо в разных странах ныне действует множество подчас трудно сопоставимых подходов к созданию классификационных схем, что крайне затрудняет анализ сервисной деятельности даже в одной стране. Особенно многочисленными могут быть критерии классификации в научном анализе. Ведь исследователи нередко вырабатывают критерии классификации под решение сугубо теоретических проблем, не всегда учитывая практические требования, облегчающие группировку сервисной деятельности.

Практика внутриотраслевых связей сферы услуг, а также государственные и межгосударственные отношения требуют использования общепринятых классификационных подходов и схем, которыми можно было бы сравнительно легко оперировать в процессе хозяйственных связей.

Особенно важно договориться о разделении услуг по содержательным и функциональным критериям, т.е. по наиболее значимым признакам сервисной деятельности, связанным с характером труда, с областью применения услуг, с их назначением и т.п. Это непростая задача, так как в современном мире постоянно множатся новые виды сервиса; услуги приобретают все более сложный по своей природе и функциональному назначению характер.

В факте использования в разных странах мира неодинаковых национальных моделей классификации следует видеть два аспекта. С одной стороны, эти модели позволяют отобразить различные, порой скрытые, неочевидные характеристики сервисной деятельности, демонстрируя тем самым широкий спектр адаптационных возможностей современного сервиса по отношению к меняющемуся миру. С другой стороны, несопоставимые модели затрудняют сравнительный анализ сферы услуг в международном масштабе.

Задача выработки единых критериев и схем классификации услуг пока остается нерешенной проблемой в мире. Чаще всего работа по классификации осуществляется в тех или иных странах на основе сложившихся традиций сбора государственной статистики или решения задач, встающих в конкретной ситуации перед обществом. В качестве примера приведем модель классификации услуг, принятую на Североамериканском континенте, в которой, безусловно, отражена историческая практика развития сервисной деятельности в США и Канаде. Эта модель исходит из содержательно-функциональных критериев и включает в себя следующие крупные области сервисной деятельности, которые можно считать важнейшими ее направлениями:

транспорт (железнодорожный, авиационный, грузовой, автотранспорт, пр.);

коммуникации (телефон, телеграф, радио и т.п.);

общественно полезные услуги (электро-, водо- и газоснабжение, пр.);

массовая деятельность (оптовая и розничная торговля);

финансирование, страхование, в том числе работа с недвижимостью;

непосредственно сервис (отели, услуги, имеющие личностный характер, консультации по организации массового предпринимательства, ремонт автомобилей, ремонт различных предметов, прокат кинофильмов, развлечения и отдых и др.);

прочие виды сервиса.

В мировой практике изыскиваются способы преодоления сложностей, связанных с разночтением и несопоставимостью классификационных схем анализа, принятых в разных регионах и странах мира. Так, имеет место обращение к анализу услуг, которые в развитых странах учитываются статистическими органами, что позволяет использовать сопоставимые статданные относительно этих услуг для сравнительного изучения. Вот эти услуги:

деловые услуги;

услуги связи;

строительные и инжиниринговые услуги;

дистрибьютерские услуги;

общеобразовательные услуги;

финансовые услуги, включая страхование;

услуги по охране здоровья и социальные услуги;

туризм и путешествия; услуги в области организации досуга;

транспортные услуги;

прочие услуги.

Укажем на использование в межгосударственной практике ряда развитых стран классификации, основанной на двух связанных между собой критериях: тип услуг и сфера их применения. В дан-

В целом ряде стран классификация услуг произведена на основе отраслевого подхода и связана с исторически сложившейся практикой хозяйствования и вопросами государственного регулирования сферы услуг. В этом случае, так же как и в североамериканской модели, на основе ряда критериев существует перечень однопорядковых или близких по содержанию видов сервисной деятельности. Каждая услуга оказывается представленной в одной типологической группировке. Данный перечень, как правило, завершается группировкой "другие услуги", в которую зачисляют услуги, не вошедшие ни в одну из предыдущих единиц. При этом перечень услуг остается незавершенным, открытым для дальнейшего пополнения.

Подобная схема классификации услуг действует и в российской практике хозяйствования, где на ее основе разработан общероссийский классификатор услуг населению, а также представлены показатели государственной статистики\*. В этом случае к сфере услуг относят следующие области сервисной деятельности, представляющие собой ее важнейшие типологические направления:

торговлю (оптовую и розничную);

услуги по обеспечению питания и проживания (гостиницы, структуры общественного питания);

транспорт;

связь и информационное обслуживание;

услуги по снабжению, заготовкам и хранению материально-технических ресурсов;

кредит, финансы и страхование, сделки с недвижимостью;

образование, культуру и искусство;

науку и научное обслуживание;

здравоохранение, включая физическую культуру и спорт;

услуги по обслуживанию домашнего хозяйства (ремонт жилья, производственно-бытовые и коммунальные услуги);

услуги личного характера (непроизводственные, бытовые и др.);

услуги государственного управления;

другие услуги.

Сравнение российской и североамериканской моделей классификации услуг показывает, что отечественная модель более детализирована относительно одних типов услуг и более слабо отображает другие типы услуг. В частности, в ней не представлены услуги рыночно-коммерческого типа, которые в этом случае приходится включать в группу "другие услуги".

В разных странах действуют аналогичные, но выработанные на собственной практике сервиса группировки услуг, которые по-разному конкретизируются и дополняются. Например, в одних странах в перечень таких группировок включено строительство, газификационные сети, энергетические системы и др., в то время как в других странах эти элементы инфраструктуры отнесены в статистической отчетности к несервисным отраслям.

Наряду с общезначимыми группировками, которые действуют в практике государственного учета и статистики, вырабатываются и другие классификационные направления и группы услуг, удобные для экономического анализа. В отечественной науке и сервисной деятельности нередко выделяются укрупненные единицы членения услуг и сервисной деятельности по следующим направлениям, связанным с их функциональной сущностью:

услуги производственного характера - оказываются экономическим структурам в связи с их производственными нуждами (в том числе охранные, ремонтные, банковские, деловые и др.);

торговые услуги (оптовые и розничные);

услуги жизнеобеспечения - связаны с обслуживанием граждан в рамках семейно-домашних связей, т.е. с обустройством жилища, ведением домашнего хозяйства, реализацией семейных потребностей, домашним отдыхом;

социальные услуги - нацелены на удовлетворение потребностей людей в тех товарах, качествах и функциях, которые необходимы им как субъектам общественных отношений: транспортные, финансовые, почтовые, рекреационные (поддержание здоровья, организация отдыха в общественно-массовых формах), образовательные, информационные и др.;

культурные услуги - связаны с оказанием услуг познавательно-научного, художественно-эстетического, развлекательного плана.

Представленный вариант типологических направлений сервисной деятельности выступает одним из наиболее распространенных в отечественной практике анализа сферы услуг. Особенно часто говорят о социальных и культурных услугах. В этой связи две последние единицы членения нередко объединяются, образовывая крупный сегмент социокультурных услуг. Социокультурный сервис нацелен на удовлетворение потребностей, связанных с социальными, культурными и духовными запросами людей.

В свою очередь каждая в представленном варианте классификации услуг (типологическое направление) может быть разбита на более дробные разновидности и группы. Так, услуги, ориентированные на домашнее хозяйство, подразделяются на коммунальные, связанные с поддержанием чистоты в доме, с ремонтом бытовой техники, с техническим обслуживанием и др. В свою очередь услуги по техническому обслуживанию домашнего жилища могут быть разбиты на услуги электриков, слесарей-сантехников, газовиков и др.

Рассмотренный вариант классификации выступает достаточно простым в своей очевидности и пригодным для использования в практике сервисной деятельности. Вместе с тем он имеет недостатки. В данном случае укажем на то, что остается неясным, к какому направлению могут быть отнесены некоторые услуги, если они оказываются разным типологическим группам потребителей или реализуются в несходных функциональных обстоятельствах. Например, деловые и банковские услуги могут быть применимы не только к производственным коллективам, но и к частным лицам; рекреационные услуги могут приобретать массовый характер или сугубо семейно-домашний масштаб и т.п.

В российской практике классификации услуг весьма широко распространено их деление на материальные и нематериальные. К материальным относят услуги, требующие материальных ресурсов (сырье, запчасти, полуфабрикаты, продукты повседневного спроса и др.), которые позже люди используют, потребляют, изнашивают. Нематериальные услуги задействуют неосязаемые, духовные компоненты человеческой активности - знания, математический аппарат и статистику, художественные образы, духовные ценности. Однако данное деление остается весьма условным, так как тот и другой тип услуг невозможно реализовать без использования как материальных, так и духовных элементов обслуживания.

Как один из вариантов классификации сервисной деятельности представим выработанную в отечественной науке модель, основанную на согласованных между собой критериях, которые весьма важны в производственно-экономической практике сервиса. Эти критерии позволяют разбивать все услуги на основе связанных между собой содержательно-функциональных качеств и разносить их в разные классы (группы). Принципиально важно то, что в данном случае одна и та же услуга по разным качествам может быть занесена в разные группы. В каждой из групп она соседствует с разными услугами.

## Заключение

Сервисная деятельность как самостоятельная форма социально-культурного процесса придает эффективность организации жизнедеятельности. Она отражает уровень профессионально-этических норм, при которых реализуется требование "работать с душой". В этом принципе раскрывается процесс гуманизации межличностных отношений, снижается отчуждение, обусловленное развитием мира вещей. Трудовая организация как накопление материальных богатств не способна подчинить свои достижения защите человека. Профессиональные действия, трансформируясь в мир предметов, не всегда могут обеспечить растущие потребности людей. Они в большей степени становятся пагубными для жизнедеятельности. Сохраняя голый практицизм, производство включает в себя затратные механизмы. Человек труда в их условиях может оказаться жертвой. Здесь возможен дисбаланс между человеком и природой, который породил три структурных кризиса: экономический, социально-культурный, экологический. Преодоление названных бед возможно только при активном участии самого человека, с раскрытием его духовно-нравственного потенциала. Таким средством, как показывает международный опыт, может быть сервисная деятельность. Она концентрирует в себе аспекты человекосберегающих процессов. Ее проявление можно представить как "**Р + N%". "**Р" - это необходимый квалификационный набор приемов и действий в создании предмета или услуги. "N%" - это объем профессиональных действий, совершаемых из-за этических требований, составляющих материализацию душевных качеств производителей. Они имеют обширную систему действий, куда включены достижения доверия, сила контактов, имидж профессии, плотность личных взаимоотношений. Все они реализуют заботу о других.

Создаваемая таким путем сервисная деятельность стабилизирует социально-экономические отношения, устраняя мятежность, конфликтность. Она активизирует роль творческой изобретательности, стимулирует развитие интеллекта.

Сервисная деятельность, устраняя дефицит взаимопонимания в межличностных отношений, наполняет жизнедеятельность реальным гуманизмом. В ней складываются разумная достаточность с достижением баланса интересов людей, природы и общества. Сервисная деятельность стимулирует социальный оптимизм, устраняя пагубные деформации нашей жизни.

## Список используемой литературы

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М: Аспект пресс, 2004 г.
2. Бугаков В.П. Особенности маркетинга услуг // Маркетинг в России и за рубежом № 2, 2003 г.
3. Карташова М.К. Элементы сервисного обслуживания потребителей // Маркетинг менеджмент № 3, 2005 г.
4. Морозова Н.С., Морозов М.А. Реклама в социокультурном сервисе и туризме, М: ИЦ "Академии", Сервисная деятельность / Коробкова С.Н., Кравченко В.И., Орлов С.В., Павлова И.П. под ред. Романович В.К. - СПб,: ПИТЕР, 2005
5. Балалова, Е.И. Сервисная деятельность: Учет, экономический анализ и контроль: Учебное пособие / Е. И Балалова, О.В. Каурова. - М.: Издательство "Дело и сервис", 2006.
6. Булкин А.П. Социокультурная динамика образования. Исторический опыт России. - Дубна: "Феникс+", 2001.
7. Гущин В.В., Пахомов В.Д., Приходько Е.П. Сервисное право: Учебное пособие / Под ред. проф. Ю.П. Свириденко. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2005.
8. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник для студентов высших учебных заведений. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая компания "Дашков и Ко", 2003.
9. Добреньков В.И., Нечаев В.Я. Общество и образование. - М.: ИНФРА-М, 2003.
10. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность: учебное пособие / Под общ. ред. Ю.М. Краковского. - М.: ИКЦ "МарТ"; Ростов н/Д: Изд. центр "МарТ", 2006.
11. Лукашенко М.А. Образование в условиях рынка: концепция учебного заведения: Монография / М.А. Лукашенко. - М.: Высшая школа, КноРус, 2002.
12. Сервисная деятельность: Учебное пособие / С.Н. Коробкова, В.И. Кравченко, С.В. Орлов и др.; Под общ. ред. И.П. Павловой и В.К. Романович; СПбГУАП. - СПб., 2002.