

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ

Гайсина А.Р.¹, Артемов Н.И.¹

¹ФГБОУ ВО «Уфимский государственный университет экономики и сервиса», Уфа, Россия (450078, Уфа, ул. Чернышевского, 145) e-mail: alya.gaysina.90@mail.ru

В статье описаны существующие проблемы, препятствующие развитию предпринимательской деятельности в сфере услуг. Описанные проблемы сгруппированы и представлены в виде модели. Авторы предлагают модель управления качеством туристских услуг. Предлагаемая модель управления качеством туристских услуг разработана на основе анализа известных подходов как Gap-модель (от англ. gap - разрыв), методика SERVQUAL (Service Quality), зона толерантности, авторами которых являются А. Парасураман, В.А. Зайтамл, Л.Л. Берри. Качество туристской услуги рассмотрена как совокупность свойств туристской услуги, способной удовлетворить потребности туриста. Качество туристской услуги зависит от: точности, то есть это степень соответствия предлагаемой туристской услуги с полученным результатом; своевременности исполнения, то есть соответствие туристской услуги во времени; эргономичности (или удобство, доступность), то есть наличие условий, возможностей, способных удовлетворить потребности клиента в туристских услугах; эстетичности, то есть соответствие чувственному восприятию. Модель группировки проблем является комплексной, поскольку выделены авторами только основные проблемы и отражена их взаимосвязь, влияющая в совокупности на бизнес-климат сферы услуг.

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес климат, сфера услуг, туристические услуги, качество услуг, проблемы.

MODERN PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF BUSINESS ACTIVITY IN THE SERVICES SECTOR

Gaysina A.R.¹, Artemov N.I.¹

¹State Educational Institution of Higher Education «Ufa State University of Economics and Service», 450078, Russia Bashkortostan Ufa 145 Chernyushevskii st., e-mail: alya.gaysina.90@mail.ru

The paper describes the existing problems impeding the development of entrepreneurial activity in the service sector. The described problems are grouped and presented in the form of the model. The authors propose a model of quality management of tourist services. The proposed model of quality management of tourist services was developed based on the analysis of known approaches as the Gap-model (from the English. gap - the gap), the technique of SERVQUAL (Service Quality), zone of tolerance, the authors are A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, L. L. berry. The quality tourism services are considered as a set of properties, tourism services, able to meet the needs of the tourist. The quality tourism services depends on: exactly, that is the degree of conformity of the proposed tourism services to the result; timeliness in line with the tourism services in time; ergonomics (or convenience, accessibility), that is, conditions, opportunities, able to meet customer needs in tourism services; aesthetics in line with the sensual perception. Model grouping problems is complex, as highlighted by the authors, only the basic problems and reflected their relationship, affecting in aggregate, to the business climate in the service sector.

Keywords: entrepreneurship, business climate, services, travel services, quality of services, problems

В последние годы предприятиям сферы услуг уделяется большее внимание. Но все же одной из сложных задач, стоящих перед государством, остается решение проблем развития предпринимательской деятельности в сфере услуг, препятствующих реализации больших потенциальных возможностей предпринимательской деятельности в этой сфере. Ученые-экономисты, исследователи, специалисты, правительство страны и региона активно обсуждают вопросы поддержки субъектов предпринимательства в сфере услуг путем принятия законодательных и нормативных правовых актов в целях улучшения условий в

этой сфере, разрабатываются и внедряются программы по развитию предпринимательской деятельности. Однако, несмотря на это есть проблемы, сдерживающие развития предпринимательской деятельности в сфере услуг.

Проблемы предпринимательства в сфере услуг

Авторами основные проблемы сгруппированы и представлены в виде модели (рис. 1).

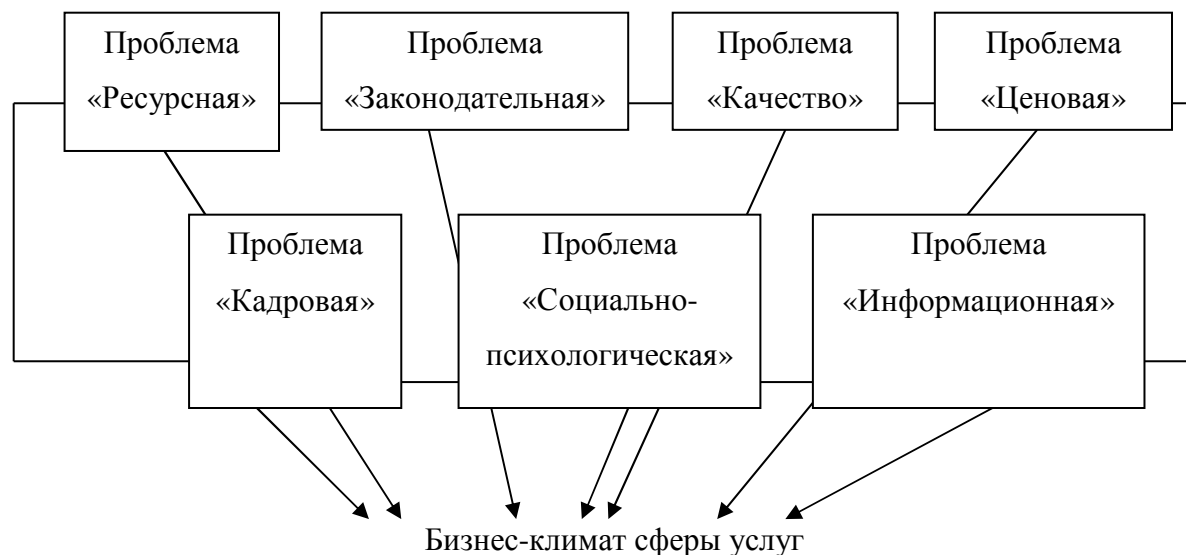


Рис. 1. Модель группировки проблем, препятствующих развитию предпринимательской деятельности в сфере услуг

Рассмотрим каждую группу.

1) Недостаточная ресурсная база формируется из-за недостаточного доступа субъектов предпринимательства сферы услуг к информации о наличии ресурсов. К ресурсам субъектов предпринимательства относим финансово-кредитные, инвестиционные, имущественные ресурсы. Ограниченность доступа к этим ресурсам выражается: недостаточностью начального капитала, трудностью в получении кредитных ресурсов, поскольку отсутствует залоговое обеспечение, кредитные истории субъектов предпринимательства, государственных (муниципальных) гарантий по обязательствам; недостаточностью инвестиционной поддержки; высокой платой за аренду производственных и офисных помещений, и сложностью с их получением; нехватка производственных площадей соответствующих санитарным нормам и правилам размещения предприятий, оборудования. Эта проблема возникает в основном у субъектов малого и среднего бизнеса на первоначальном этапе или в первые три года деятельности для расширения своей деятельности и укрепления позиций на рынке.

2) Незрелость законодательной базы – это одна из серьезных проблем, которая выражается в отсутствии единой законодательной основы по развитию и поддержке предпринимательской деятельности в сфере услуг. Мы не отрицаем факт существования нормативных и правовых документов, регулирующих предпринимательскую деятельность в

стране и регионах. Тем не менее, имеющиеся нормативно-правовые документы не совершенны и в настоящий момент не способны решить существующие проблемы. Прежде всего, это отсутствие гибкости и несовершенство налогового законодательства в связи с отсутствием реально действующих налоговых льгот для предприятий сферы услуг.

3) Проблема управление качеством услуг. Качество предоставляемых услуг и уровень обслуживания в сфере услуг незначительный. Из-за неразвитости рыночных отношений и конкуренции невостребованность определенных видов услуг. Прямая взаимосвязь услуг с высоким качеством и ценой: чем выше качество услуг, тем выше цена на нее, и наоборот. Качество это, прежде всего степень соответствия системы требованиям и ожидания, которое, безусловно, должно соблюдаться вне зависимости от цены.

4) Проблема ценовой политики. В стране (регионе) есть ценовые барьеры в получении услуг гражданам со средним и низким уровнем дохода. Взаимосвязь цены и качества услуг рассмотрено пунктом выше.

5) Недоступность информационных ресурсов. XXI век – это век информатизации, однако в нашем обществе не в полной мере реализуются принципы открытости и гласности информации для предприятий сферы услуг, нет единой базы («единого окна») информационных ресурсов, а также отсутствует своевременность предоставления и получения информации.

6) Проблема кадрового обеспечения (отсутствие квалифицированных, компетентных кадров). При организации бизнеса предпринимателям не хватает опыта, возникают проблемы с организацией производства и правильным распределением собственных ресурсов. Для того чтобы стать предпринимателем необходимо обладать определенными знаниями юридического и экономического характера, которые можно получить имея только доступное и качественное образование в стране, программы курсы по повышению квалификации и переквалификации. Все больше нарастает потребность в квалифицированных кадрах, особенно профессий рабочих; вследствие некомпетентности кадров происходит не использование современных технологий (техники); не умение эффективно использовать человеческие ресурсы. Также проблемой организации деятельности предприятий сферы услуг является организация труда и оплаты персонала. Поскольку труд работников предприятий сферы услуг имеет свои особенности: повышенное нервно-эмоциональное напряжение труда, так как происходит постоянный контакт с клиентами; совмещение различных видов деятельности; различная степень интенсивности труда в зависимости от временного периода.

7) Социально-психологические проблемы. Сфера услуг является единственной отраслью экономики, предоставляющая реальные возможности для социально не

защищенной категории населения, такие как трудоустройство и получения комплекса необходимых для нормальной жизнедеятельности услуг. Предприятия в сфере услуг целью своей деятельности ставят не только извлечение прибыли, но и достижение социального эффекта.

Вышеперечисленные группы проблем образуют бизнес-климат в стране (регионе). Авторами предлагается следующее определение понятию «бизнес-климат страны (региона)»: это совокупность условий и возможностей страны (региона), сформированных государством в определенный период времени и достаточных для создания и развития субъектов предпринимательства. Особо важное значение в предлагаемом автором определении имеет «определенный период времени», так как бизнес-климат явление непостоянное и через определенные промежутки времени он меняется. Изменению бизнес-климата способствуют различные факторы: политические, экономические, социальные, экологические и другие.

В модели группировки проблем, препятствующих развитию предпринимательской деятельности в сфере услуг, выделено семь проблем. Проблема управления качеством услуг изучалась различными научными школами, которыми разрабатывались подходы к управлению качеством. Однако традиционные подходы к управлению качеством не позволяют в полной мере использовать в сфере услуг. Так, в основе подхода, впервые предложенный Гронрёзом К., лежит логика, то есть соотнесение ожиданий потребителя и его восприятия уже полученной услуги [1].

Рассмотрим более детально проблему качества предоставляемых услуг, в том числе туристических услуг.

Развитие сферы услуг, в том числе предприятий в сфере услуг, во многом зависит от качества услуг и поэтому российские предприятия все большее значение отдают вопросам повышения качества предоставляемых услуг. Каждый предприниматель понимает, что качество услуг имеет первостепенное значение и является самым эффективным средством удовлетворения потребностей потребителей. Высокое качество предоставляемых услуг способствует достижению устойчивого положения на рынке, повышению конкурентоспособности предприятия, обеспечению удовлетворенности потребителей и работников предприятия, а также снизить затраты (издержки), связанные с устранением ошибок при оказании услуг.

Международной организацией по стандартизации, ИСО (International Organization for Standardization, ISO) качество определено как совокупность свойств и характеристик продукта, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. «Качество услуги это совокупность свойств услуги, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии

с ее назначением» – это определение качества услуги приведено в ГОСТ 154467-79. Международный стандарт ИСО 8402 «Качество. Словарь» под качеством подразумевается совокупность свойств и характеристик продукции, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности [1].

Авторы предлагают следующую модель управления качеством туристских услуг (рис. 2). Предлагаемая модель управления качеством туристских услуг разработана на основе анализа известных подходов как Gap-модель (от англ. gap – разрыв), методика SERVQUAL (Service Quality), зона толерантности, авторами которых являются А. Парасураман, В.А. Зайтамл, Л.Л. Берри.



Рис. 2. Модель управления качеством туристских услуг

Обращаясь в туристскую организацию, клиент ожидает получить максимальный комплекс услуг при минимальных расходах, то есть выделим понятия «ожидаемая услуга» и «воспринятая услуга». Между ожидаемой услугой и воспринятой услугой может возникнуть разрыв. Разрыв это ситуация, когда ожидания потребителя оказались выше, чем результат. Разрыв отсутствует, когда ожидаемая услуга соответствует воспринятой услуге или выше ее, и принято считать, что услуга является качественной.

На услугу, которую мы ожидаем получить, влияют: личные потребности клиента, общественное мнение, реклама, имидж предприятия и работа его сотрудников, прошлый опыт, ресурсы клиента и другие различные факторы.

Приходя в туристскую организацию, клиент определяет для себя «ожидаемую услугу» (то, что он хочет получить с учетом его индивидуальных потребностей), соответствующую «воспринятой услугой», но и минимально приемлемое качество туристской услуги (это то минимальное в туристской услуги, которое должно быть). Интервал, который образуется между ожидаемым и минимально приемлемым качеством услуги именуется зоной толерантности или терпимости потребителей. Зона толерантности отражает терпимость потребителей к помещению, техники, внешнему виду персонала, их профессиональным знаниям, индивидуальный подход при обслуживании и другие. Зона толерантности условно подразделяется на условия: первое – ожидаемая туристская услуга равна минимально приемлемому качеству туристских услуг и второе – ожидаемая туристская услуга ниже минимально приемлемого качества туристской услуги.

Если оценка клиента выше зоны толерантности, это позволяет говорить о том, что клиент доволен качеством туристической услуги; если оценка клиента находится в зоне толерантности – клиент доволен оказанной туристической услугой; если оценка клиента ниже зоны толерантности, то есть на уровне минимально приемлемой клиентом качества туристской услуги или ниже и этого уровня, то клиент недоволен оказанной услугой.

Также при оценке качества туристской услуги можно применить индекс качества (SQI, Service Quality Index), определяющийся как соотношение воспринятого и ожидаемого качества услуги:

$$SQI = \frac{\text{«воспринятая услуга»}}{\text{«ожидаемая услуга»}}$$

Если индекс качества равен или больше единицы, то клиенту оказали туристскую услугу на высоком качестве; если индекс качества ниже единицы – клиент неудовлетворен, оказанной туристической услугой, то есть качество услуги низкое.

Качество туристской услуги это совокупность свойств туристской услуги, способной удовлетворить потребности туриста. Качество туристской услуги зависит от:

- точности, то есть это степень соответствия предлагаемой туристской услуги с полученным результатом;

- своевременности исполнения, то есть соответствие туристской услуги во времени;

- эргономичности (или удобство, доступность), то есть наличие условий, возможностей, способных удовлетворить потребности клиента в туристских услугах;

- эстетичности, то есть соответствие чувственному восприятию.

Выше представленная модель группировки проблем, препятствующих развитию предпринимательской деятельности в сфере услуг, применительно ко всем отраслям сферы услуг, в частности к туристической отрасли сферы услуг. Так к проблеме «Кадровая», представленная в модели группировки проблем в сфере услуг, можно отнести проблему сложности оценки текущего состояния рынка труда и занятости в туристической отрасли, что обусловлена следующими причинами:

- отсутствие статистических сведений о кадровом обеспечении в сфере туристических услуг. На официальном сайте службы статистики не публикуются сведения об оценке развития сферы туристических услуг:

- отсутствие отраслевых нормативов численности персонала и производительности труда;

- большим числом профессий в туристской отрасли;

- различные формы собственности туристских предприятий и организационно-правовых форм предприятий;

- туристская деятельность в основном находится в зависимости от сезона;

- уровень информационной базы недостаточен;

- неоднородный уровень образования в туристской отрасли и другие.

Заключение

Таким образом, можно сделать вывод, что существующие проблемы, препятствующие развитию предпринимательской деятельности в сфере услуг, автором сгруппированы и представлены в виде модели. Модель группировки проблем является комплексной, поскольку выделены автором только основные проблемы и отражена их взаимосвязь, влияющая в совокупности на бизнес-климат сферы услуг. В частности, автором выделена проблема управления качеством туристских услуг, представленная в виде взаимосвязанной модели. Поэтому современные проблемы развития предпринимательской деятельности в сфере услуг всё также остаются актуальными и важными.

Список литературы

1. Балаева О.Н., Предводителева М.Д. Управление организациями сферы услуг. – М.: Высшая школа экономики, 2010. – 160 с.
2. Гайсумова, М.А. Особенности организации и управления малыми и средними формами предпринимательской деятельности в сфере услуг: дисс. канд. эк. наук: 08.00.05/ М.А. Гайсумова. – Нальчик, 2011. – 158 с.

3. Конева, О.В. Состояние и развитие малого бизнеса в сфере услуг: дисс. канд. эк. наук: 08.00.05/ О.В. Конева. – Красноярск, 2006. – 202 с.
4. Марданова, Г.Д. Развитие малого предпринимательства в сфере услуг региона: на примере Удмуртской республики: дисс. канд. эк. наук: 08.00.05/ Г.Д. Марданова. – М., 2000. – 145 с.
5. Хайруллина, Д.Р. Управление развитием малого бизнеса на региональном уровне: организационно-экономический аспект/ Д.Р. Хайруллина, О.В.

Рецензенты:

Маликов Р.И., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Экономика и менеджмент» ФГБОУ ВПО «УГУЭС», г. Уфа;

Зайнашева З.Г., д.э.н., профессор кафедры «Региональная экономика и управление» ФГБОУ ВПО «УГУЭС», г. Уфа.