

СЕРВИСИЗАЦИЯ КАК ФЕНОМЕН РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Липовская Наталья Игоревна

аспирант,
ФГБОУ ВО Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова,
г. Ярославль, Российская Федерация.
E-mail: n.i.lipovskaya@gmail.com

JEL N 70

СЕРВИСИЗАЦИЯ КАК ФЕНОМЕН РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация: Актуальность направления исследования определяется тем, что в современном обществе сфера услуг играет определяющую роль в производстве, потреблении и занятости населения. Статистика показывает возрастающую динамику показателей, характеризующих сферу услуг. В настоящих реалиях данное явление закрепляется в виде характеристики постиндустриального общества – сервисизации, становясь новым концептом в экономике и науке. Целью данной статьи является изучение феномена сервисизации. На основе анализа статистики, изучения взглядов экономистов на данный феномен, подходов производителей, формируются выводы о преобладающей роли сервисизации в странах и о неразрывной связи тенденций формирования современного спроса и вводимых изменений в экономике и обществе.

Ключевые слова: сервисизация, сфера услуг, занятость в сфере услуг, факторы развития сферы услуг, тенденции, индивидуализация потребностей.

SERVICISATION AS A PHENOMENON OF DEVELOPMENT OF THE MODERN SOCIETY

Abstract: The current interest of research is determined by the fact that in today's society the service sector plays a decisive role in the production, consumption and employment. Statistics show the increasing dynamics of indicators that characterize the service sector. This phenomenon is fixed in the form of a characteristic of a modern society – servicisation, becoming a new concept in the economy and science. The purpose of research is to study the phenomenon of servicing. Based on the analysis of statistics, the views of economists, the approaches of producers, conclusions are drawn about the prevailing role of servicing and the inseparable connection between the trends in the formation of modern demand and the introduced changes in the economy and society.

Keywords: servicisation, services, employment in services, service development factors, trends, individualization of needs.

Сфера услуг – это преобладающая составляющая экономики в современном обществе. На сегодняшний день, доля сферы услуг в составе мирового ВВП достигает порядка 70% [10].

Исторически происхождение феномена «сервиса» объясняется классическим подходом А. Смита. Его основу составляет концепция разделения труда. Сфера услуг, согласно этому концепту, исторически возникла с появлением излишков производства и потребления. В исторической схеме она находилась после сельского хозяйства и промышленности. Сегодня на основе этой теории разделение проводится на секторы экономики, при этом сервис закреплен в качестве «третичного сектора» общественного производства.

Несмотря на то, что сервисизация как феномен – это новое явление, начало изучения его форм было положено еще в конце XX в. наряду с исследованиями признаков постиндустриального общества. Так, лауреат нобелевской премии по экономике, индийско-английский экономист А. Сен, говорит, что в современном обществе развитие происходит в контексте расширения самоорганизации людей, которую он трактует как «свободу выбора между различными образами жизни» и как «экспансию человеческих возможностей» [8, с. 103], что является «отличительными чертами постиндустриального

гуманистически-ноосферного общества», в котором мейнстримом развития «будет приоритет человека и рациональная коэволюция природы и общества» [8, с. 126].

Необходимо отметить, что изменения, происходящие в ходе становления сервисного общества, описываются следующими характеристиками [1, с. 43]:

- Потребности современных потребителей уникальны, поэтому услуги становятся индивидуализированными.

- Появляются специальные отрасли знаний, изучающие потребности, их динамику, преобразование, а также их влияние на экономику и общество. Формируется сервисология.

- Сервисология ставит своей задачей обосновать необходимость приоритизации человеческих потребностей в планировании производства товаров и услуг, обосновывая экономическую целесообразность этого.

- Сервисология стирает различие между товаром и услугой, говоря о том, что услуга – это продукт, являющийся результатом воздействия труда в лице физических лиц или организаций на человека, его имущество, на окружающую среду, который осуществляется за плату и тем самым удовлетворяет определенные потребности.

Сервис в данном случае играет роль инновационного сектора развития экономики, отвечая всем признакам современного общества, а также дополняя его. В сервисологии как науке сосредотачиваются знания и концепты, характеризующие современные реалии, а также происходит их переход и адаптация в практическую сферу.

В связи с этим, современное общество нельзя рассматривать только с точки зрения совершенствования технико-производственной сферы, поскольку изменениям подвергаются также потребности человека, традиции и методы потребления, социальное и экономическое пространства.

Еще одной характеристикой феномена сервисизации является то, что помимо многоуровневости и индивидуализации потребностей, происходит также развитие человеческих способностей и, как следствие, возможностей собственного потребления.

Происходит революция общественных отношений, социально-экономических характеристик человека, которая диктуется развитием общества. Стирается зависимость возможностей человека от его принадлежности к определенному слою социума. Личные потребности становятся первичным двигателем социально-экономического развития.

В национальной и мировой экономике сфера услуг в настоящее время выступает важнейшим сектором. Доля сферы услуг в составе ВВП РФ долгое время остается стабильной на уровне 50-51% (см. табл. 1). За период с 2012 по 2016 год изменение доли составило лишь -0,1%. Наибольший вес принадлежит оптовой и розничной торговле и ремонту автотранспортных средств – порядка 14%. Затем идут операции с недвижимостью, арендой и предоставлением услуг в этой сфере: 12% ВВП в 2012 году и 12,5% – в 2016 г. На третьем месте услуги в сфере транспорта и связи, составляющие в среднем 8,5% без значительных колебаний за весь рассматриваемый период [10].

Таблица 1 – Структура сферы услуг в ВВП России в 2012-2016 гг. (в текущих основных ценах, в % к итогу) [10]

	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	13,9	13,7	13,9	14,1	13,6
Гостиницы и рестораны	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9

Транспорт и связь	8,6	8,5	8,5	8,3	8,4
Финансовая деятельность	3,1	3,4	3,4	2,9	3,2
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	12,0	11,9	12,6	12,5	12,5
Государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное страхование	6,4	6,7	6,1	5,8	5,9
Образование	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	2,8	2,9	3,0	3,0	3,2
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5
Итого:	51	51,4	50,2	50,8	50,9

Что касается зарубежных стран, то, например, в США доля сферы услуг в объеме ВВП в 2016 году составила 75% (см. табл.2) [12]. Преобладающей составляющей здесь являются услуги в сфере операций с недвижимостью – порядка 13% ВВП, затем – услуги в сфере финансовых операций и страхования – 7,5%, и услуги в сфере здравоохранения и социального обеспечения – 7,2%. Данная статистика отличается от аналогичной по РФ, где здравоохранению, как и финансовой деятельности, соответствует около 3% ВВП, однако операции с недвижимым имуществом также имеют 12% ВВП.

Таблица 2 – Структура сферы услуг в ВВП США в 2012-2016 гг. (в % к итогу) [12]

	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Строительство	3,6	3,7	3,9	4,1	4,3
Торговля	6	6	6,1	6,1	5,9
Транспорт, в т.ч. грузоперевозки	2,9	2,9	2,9	3	3
Информационные технологии и СМИ	4,6	4,7	4,5	4,8	4,9
Финансы и страхование	7,1	6,8	7,2	7,5	7,5
Услуги в сфере недвижимости, аренды, лизинга	12,9	12,9	12,9	13	13,3
Профессиональные научные и технические услуги	7	6,9	6,9	7,1	7,1
Административный менеджмент	4,9	4,9	4,9	5	4,9
Образовательные услуги	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Услуги в сфере здравоохранения и соц. обеспечения	7,1	7,1	7	7,1	7,2
Услуги в сфере культуры и искусства	3,7	3,8	3,8	3,9	4
Прочие	11,9	11,8	12	12,1	12

Итого:	72,8	72,6	73,2	74,8	75,2
--------	------	------	------	------	------

Среди европейских стран лидерами являются Великобритания, где сфера услуг занимает 80% ВВП, Нидерланды – 79% ВВП, Франция – 71,1% [10]. В данных государствах высокое развитие сферы услуг в основном связано с такими видами деятельности, как услуги на финансовом рынке, образование, туризм, медицина, телекоммуникации и другие.

Доля экономически активного населения в сфере услуг является преобладающей на фоне общей занятости. На всем рассматриваемом промежутке с 2012 по 2016 этот показатель увеличивается, превысив 66% в 2016 году (см. рис. 1).

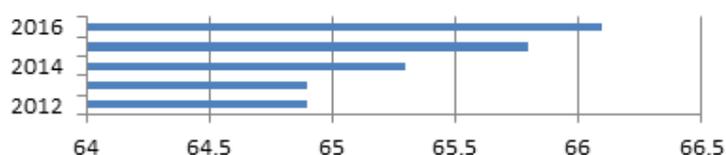


Рис.1. Доля занятых в сфере услуг в РФ в 2012-2016 гг. (% от общего числа занятых) [10]

В других странах число занятых в сервисном секторе также растет, причем более быстрыми темпами, чем аналогичный показатель в сфере промышленного производства. Наиболее высокая занятость в сфере услуг в Нидерландах (78%), Великобритании (76,7%), Швеции (76%), Франции (75%) [11].

В условиях сервисизации меняется формат производимых продуктов и услуг, воспроизводство приобретает новые характеристики. Оно перестает быть нацеленным на тиражирование и масштабирование. В постиндустриальном обществе происходит рост уровня образования, увеличиваются доходы населения, количество свободного времени, которым люди располагают, что в конечном итоге формирует новую реальность и укрепляет позиции такого социального слоя, как средний класс.

Сервис теперь отвечает не только за удовлетворение потребностей в сфере обслуживания, как это было в доиндустриальном и индустриальном обществах, но также и за формирование социальных, политических и экономических отношений.

На данном этапе развития общества, в сервис входят:

- услуги на рынке высоких технологий (НИОКР, обслуживание компьютерного рынка, био- и нанотехнологии, новые конструкционные материалы, атомная энергетика, когнитивные технологии и т. д.), все что составляет шестой технологический уклад;
- посреднические услуги (финансовые услуги, логистика и др.);
- услуги в бытовой сфере и др.

Первая составляющая является определяющим фактором последующего развития постиндустриального общества. Высокие технологии являются фундаментом, формирующим информационное виртуальное сообщество.

Сервисизация касается непосредственно самих компаний-производителей товаров и услуг: чтобы преуспеть на рынке, быстро адаптироваться к изменениям во внешней среде, фирмы ставят перед собой задачу развивать диджитал-технологии (от англ. digital – цифровой), производить конкурентоспособные товары, сопровождая их качественными услугами. В основу большинства концепций закладывается индивидуальность требований потребителя, на которую становится возможным ответить благодаря тщательной обработке запросов и изучения потребностей клиентов.

Благодаря таким брендам, как Uber (компания-поставщик услуг по перевозке пассажиров, лидер и инноватор данного рынка, от названия компании произошел термин «uberization» – «уберизация», наряду с «сервисизацией») и различным стартапам, люди привыкают к тому, чтобы все услуги удовлетворяли их требованиям [9]. А если такого не происходит, то потребитель просто отдает предпочтение другому производителю.

Рынок начинает выстраиваться вокруг потребностей людей в сферах, традиционно относящихся к сфере услуг: ИТ услуги, ресторанно-гостиничный бизнес, туризм, образовательные услуги, услуги перевозки пассажиров и грузов, интернет-магазины с услугами по доставке и гарантийному обслуживанию. Производители соревнуются на основе использования более удобных интернет-сайтов и приложений, близости к потребителю, установления контакта с целевой аудиторией.

Кроме того, производители используют в своей деятельности различные новые технологии, являющиеся последствиями сервисизации, например, облачные технологии (от англ. cloud technologies) [6]. В США отношения между потребителем и провайдером облачных услуг закрепляются на законодательном уровне, включая ответственность производителя в случае потери данных вследствие технических сбоев. В то же время провайдер имеет возможность застраховать свою деятельность от подобных сбоев, тем самым обеспечивая себе компенсацию в случае их наступления, выплачивая только страховую премию, а не размер потерь, понесенных потребителем его услуг [4, с. 4-8].

Феномен сервисизации связан со следующими проблемами.

Во-первых, сложно говорить о будущем данного явления. Это связано с тем, что изменения в отрасли технологий в настоящее время опережают очередность выхода анонсированных продуктов, с такой же скоростью преобразуются и потребности людей. Однако компании все же предпочитают строить прогнозы, в которые закладывают бюджет, маркетинговую стратегию и т. д.

Во-вторых, рост влияния сервисизации оказывает воздействие на конкуренцию между производителями услуг. Их отношения продолжают строиться на основе поиска баланса сотрудничества и соперничества. Такой баланс является ситуацией, характеризующей современную форму конкуренции, существующей в рамках теоретической экономики [2]. Целью данной борьбы будет достижение лояльности как можно большего числа потребителей-пользователей услуг, и, в то же время, создание сотрудничества с производителями услуг смежных отраслей. На изменение ситуации сможет повлиять достижение различий конкурентных возможностей.

В-третьих, не смотря на возрастающую долю занятости, не для всего трудоспособного населения работа в сфере услуг становится доступной, поскольку она требует высокой адаптивности к изменениям, повышения уровня навыков и компетенций, высокой квалификации в высокотехнологичных отраслях. Это вызывает трудности в прогнозе необходимости рабочей силы для экономики.

Таким образом, сервисизация является новой чертой в развитии современной экономики и науки, а сервис становится высокотехнологичным, инновационным уровнем экономики, а также характеристикой современного общества. Вместе с тем у нее есть и характерные особенности, и проблемы. Основными признаками современного общества, определенными феноменом сервисизации, стали преобладание сферы услуг, инновационной экономики, революция знаний, кастомизация товаров, индивидуализация потребностей, расширение сферы услуг, повышение качества жизни определенных слоев населения и др.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бушуева И.В., Вапнярская О.И., Платонова Н.А. Концептуальные положения сервисологии / И.В. Бушуева, О.И. Вапнярская, Н.А. Платонова // Сервис plus. - 2011. - №1. - С. 4-11.
2. Гордеев В.А. Конкуренция и её динамика в зеркале теоретической экономики / В.А. Гордеев

// Теоретическая экономика. - 2013. - №6. - С.17-25. - [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://theoreticaleconomy.ystu.ru>

3. Игольникова И.В., Матюшкина И.А., Михалева О.М. Взаимосвязь интеллектуального капитала и непрерывного профессионального развития: теоретические аспекты / И.В. Игольникова, И.А. Матюшкина, О.М. Михалева // Современные научные исследования и инновации. - 2016. - №8. - [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2016/08/70653>

4. Савчишина К.Е., Сутягин В.С. Сфера услуг в современном воспроизводственном процессе российской экономики / К.Е. Савчишина, В.С. Сутягин. - [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://institutiones.com/general/1487-sfera-uslug-rosijskoj-ekonomiki.html>

5. Economics of Grids, Clouds, Systems, and Services: 14th International Conference, GECON 2017, Biarritz, France, September 19-21, 2017.

6. Koivunen A.V. Cloud technologies as an instrument for accumulation of professional information / A.V. Koivunen // Образование через всю жизнь: непрерывное образование в интересах устойчивого развития. - 2015. - №13 (eng). - С.190-192.

7. Manpreet M. Uberization and Servicization / M. Manpreet. - [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/@kellogite/uberization-and-servicization-dda08fa6f2b3>

8. Sen A.K. Collective Choice and Social Welfare / A.K. Sen. - San Francisco: Holden Day and London^ Oliver and Boyd. (Reprinted Amsterdam: North-Holland), 1985.

9. Ting Ting E. Is servicization a win-win strategy for sustainable biz? / E. Ting Ting. - [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.kenan-flagler.unc.edu/is-servicization-a-win-win-strategy-for-sustainability/>

10. Официальное издание Федеральной службы государственной статистики «Россия в цифрах – 2017». - [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/rusfig/rus17.pdf

11. Статистика Всемирного банка. - [Электрон. данные]. – Режим доступа: www.worldbank.org/

12. Статистика Бюро экономического анализа США. - [Электрон. данные]. – Режим доступа: <https://bea.gov/index.htm>