

УДК 33

Takhtamatova K. X.

*магистрант 2 года обучения кафедры международного туризма и
гостиничного бизнеса*

НИУ «БелГУ»

Научный руководитель: Климова Т. Б.

*к.э.н., доцент кафедры международного туризма и гостиничного
бизнеса*

НИУ «БелГУ»

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СЕРВИСА И СЕРВИСНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Аннотация. В статье рассмотрены особенности формирования и развития сервиса и сервисной политики в России и за рубежом, описаны основные проблемы развития сервиса, которые являются причиной отставания сервиса России от зарубежных стран, представлена краткая характеристика предпродажного и послепродажного обслуживания, которые являются основой развития сервиса, описаны основополагающие принципы формирования сервисной политики, а также отмечены основные тенденции развития сервиса и сервисной политики в России и мире на 2022 год.

Ключевые слова: сфера услуг, сервис, сервисная политика, предпродажное обслуживание, послепродажное обслуживание.

Takhtamatova K. X.

Master's degree student, 2 years of study Department of International

Tourism and Hotel Business

Belgorod State University (BelSU)

Supervisor: Klimova T. B. Ph.D.,

Associate Professor Department of International Tourism and Hotel Business

FEATURES OF SERVICE FORMATION AND DEVELOPMENT AND SERVICE POLICY IN RUSSIA AND ABROAD

Abstract. The article examines the peculiarities of service formation and development, as well as service policies in Russia and abroad. It describes the main challenges in service development that contribute to Russia's lag behind foreign countries in terms of service quality. The paper provides a brief overview of pre-sales and after-sales services, which serve as the foundation for service development. It outlines the fundamental principles of service policy formation and highlights the key trends in service and service policy development in Russia and the world as of 2022.

Keywords: service industry, service, service policy, pre-sales service, after-sales service.

Сервис представляется как вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей человека путём предоставления различных видов услуг. Качество сервиса является одним из ключевых критериев выбора клиента в современной сфере услуг. Высококачественный сервис приводит к увеличению конкурентоспособности предоставляемых услуг и росту спроса на них. Главной проблемой является возможная разница между ожиданиями клиента и фактическим восприятием услуги. Потребительский риск будет присутствовать всегда, а задачей сервисных организаций остается поиск пути решения этой проблемы, приводящий к грамотному снижению риска.

Сервис России значительно отстает от развития сервиса в более развитых странах. Для решения данной проблемы в стране принято осуществление процессов сервисизации в ускоренных темпах. Основными проблемами, из-за которых Россия отстает в развитии сервиса от зарубежных стран, являются:

- низкий уровень квалификации кадров;
- низкая заинтересованность кадров в предоставлении качественных услуг;
- недостаточный уровень регламентирования сервиса и сервисной деятельности на законодательном уровне;
- отсутствие единых стандартов сервиса и т. д. [3].

Развитие сервиса напрямую связано с совершенствованием сферы услуг. В развитых странах сфера услуг является основополагающей в развитии государства, более 70% населения заняты в сфере услуг. В развивающихся странах сфера услуг может незначительно преобладать над сферой производства, в иных государствах значительно преобладает сфера производства. Чем более развита сфера услуг, тем более развит сервис и сервисная деятельность в стране.

На 2020 год наибольшая доля сферы услуг в ВВП страны была представлена в следующих странах:

- Ливан (87,16%);
- Люксембург (79,72%);
- Монако (76,72%);
- Мальта (76,14%);
- Кипр (74,2%);
- Великобритания (72,82%);
- Израиль (71,4%);
- Швейцария (71,32%);
- Франция (71,16%);
- Сингапур (70,95%) [1].

Россия занимает 82 позицию из 170 стран мира с показателем равным 56,27%. В развитых странах с высокой долей сферы услуг создаются программы развития сервисной деятельности, формируются внутренние

стандарты формирования сервиса, регламентируются процессы взаимодействия потребителей и организаций в процессе осуществления сервисной деятельности.

Формирование процессов сервиса в России и зарубежных странах осуществляется по двум основным направлениям: предпродажное и послепродажное обслуживание. На рисунке 1 представлена характеристика предпродажного и послепродажного обслуживания [3].

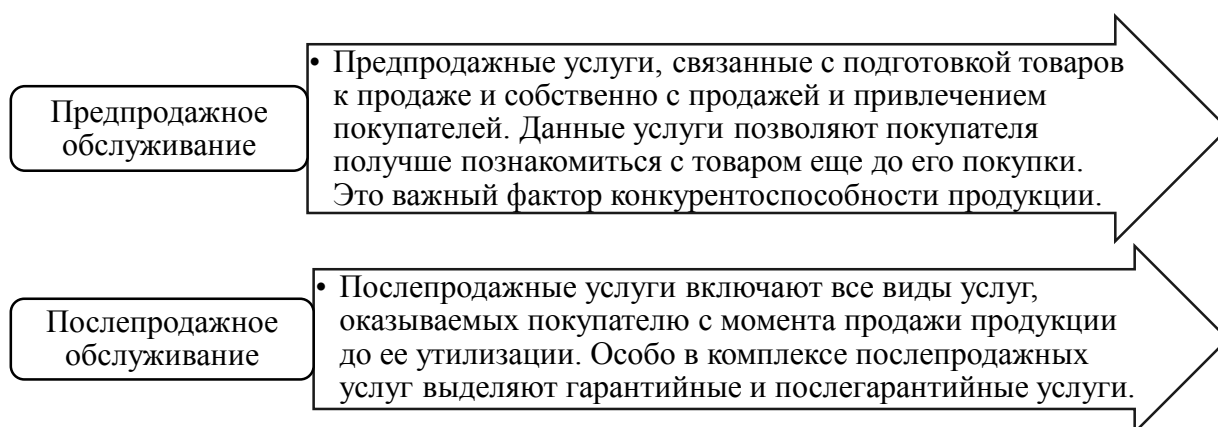


Рисунок 1. Характеристика предпродажного и послепродажного обслуживания в процессе осуществления сервиса в России и за рубежом

Становление и развитие рынка сервиса и услуг в России началось около 20 лет назад. С массовым появлением на российском рынке товаров зарубежных производителей сложился существенный дисбаланс – спрос на услуги по гарантийному и послегарантийному обслуживанию стал многократно превышать их предложение.

Сервисная политика в мире и России формируется на основании основных принципов, к которым относятся:

– доступность сервиса и его удобство (принцип проявляется в том, что современные услуги должны быть доступны потребителю в любом месте и в любой временной промежуток);

– информативность сервиса (при осуществлении сервисной деятельности потребитель должен получать максимально полную и достоверную информацию об услуге, также он должен быть

проинформирован об условиях оказания услуги, в том числе о своих правах);

– эластичность сервиса (наличие возможности приобрести на одном предприятии множество услуг, поэтому в организациях должен быть широкий ассортимент услуг различной направленности, необходимый для максимального удовлетворения потребностей клиентов);

– обязательность предложения (работник, обслуживающий потребителей, должен обеспечивать потребителю получение качественного сервисного обслуживания);

– техническое совершенствование (использование инноваций в процессе осуществления сервисной жизнедеятельности с целью ускорения процессов оказания услуг, повышения качества услуг и сервиса и т. д.);

– соответствие стоимости и качества (качество предоставления услуги должно соответствовать её стоимости, ресурсы компании должны быть соизмеримы с потенциальным уровнем сервиса, который она может предоставить потребителю) [4].

На формирование сервисной политики влияют ряд факторов, которые делают процессы сервисной политики в каждой стране уникальными. К данным факторам относятся:

– черты общества, его менталитет, особенности сознания человека, проживающего на определённой территории, природные черты личности;

– уровень экономического развития страны и хозяйственных отношений;

– общественные ценности, традиции, правила и нормы;

– влияние на сервис государственных структур и религиозных организаций [5].

Как видно из вышеописанного, сервисная политика в мире формируется по одной и той же структуре, уникальности ей придают

особенности жизнедеятельности населения, общественные ценности, развитость экономики и хозяйственных отношений. От этого зависит не только качество сервиса, но и скорость его развития.

Основными тенденциями развития сервиса и сервисной политики в России и за рубежом являются:

– цифровизация сервиса и внедрение инноваций (появление чат-ботов, круглосуточной поддержки клиентов, возможность онлайн-консультаций и т. д.);

– глобализация сервиса (формирование партнерских отношений между зарубежными производителями и российскими компаниями, возможность обмена информацией и опытом между компаниями по предоставлению качественного сервиса);

– переход на самостоятельность потребителей в ходе приобретения услуг (автоматизация процессов информирования клиентов об услугах, процессах приобретения услуг и товаров, а также их оплаты);

– персонализация (внедрение алгоритмов в мобильные приложения и официальные сайты, которые позволяют предлагать клиенту тот товар или услуг, в котором он заинтересован (чаще всего ищет на сайте или в поисковиках)) [3].

Исходя из вышеописанного материала, можно сделать вывод о том, что сервис в России развивается более медленными темпами, нежели в зарубежных странах, что вызвано наличием проблем, замедляющих процесс повышения качества сервиса и сервисной политики. Статистика доли сферы услуг в ВВП страны показало, что в развитых странах доля составляет от 70%, при этом было отмечено, что доля в ВВП России составляет немного больше 50%. Это свидетельствует о том, что сфера услуг, которая напрямую влияет на развитие сервиса и сервисной политики, в России находится на этапе роста и становления. Было отмечено, что Россия находится на этапе сервисизации, которая в данный

момент предпринимается в ускоренных темпах повышения показателей качества сервиса и сервисной политики. Также были рассмотрены основополагающие принципы формирования сервисной политики, которые позволяют на высоком качественном уровне обслуживать потребителей, которые являются основой для развития сервиса в мире. Процессы цифровизации, персонализации сервиса и самостоятельности потребителей указывают на то, что сервисная политика находится в постоянном формировании и развитии.

Список литературы

1. Доля сферы услуг – Классация стран. URL: https://ru.theglobaleconomy.com/rankings/Share_of_services/ (дата обращения: 23.05.2023).

2. Захарова А. В., Жаров В. Г. Сравнение стандартов обслуживания на предприятиях сервиса России и за рубежом // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. №2 (2). С. 157-165.

3. Развитие сервиса и сервисной политики: основные тенденции и инструменты. URL: <https://yeahdesk.ru/blog/online-customer-service-trends> (дата обращения: 27.05.2023).

4. Севилян С. Е. Развитие индустрии сервиса в условиях социальных ограничений: проблемы и перспективы // Современные проблемы и технологии в сфере туризма, гостиничного дела, сервиса, государственное и муниципальное управление туристско-рекреационным комплексом: российский и зарубежный опыт: сборник материалов IV Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Ростов-на-Дону, 2021. С. 252-456.

5. Фокина О. А. Сервисная политика: основные подходы к определению // Евразийский Союз Ученых. 2019. №7 (64). С. 7-10.