

УДК 330.101.8; 101.14

**ПАРАДИГМА ФОРМИРОВАНИЯ НАУЧНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СФЕРЫ  
ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫХ УСЛУГ**

**PARADIGM OF FORMATION OF SCIENTIFIC PROVIDING SPHERE OF POST-  
INDUSTRIAL SERVICES**

©Глущенко В. В.

*д-р техн. наук*

*Московский государственный университет путей сообщения  
(МГУПС МИИТ) Императора Николая Второго*

*г. Москва, Россия, glu-valery@yandex.ru*

©Glushchenko V.

*Dr. habil.*

*Moscow State University of means of communication  
(MSU of PS MIIT) of the Emperor Nicholas II*

*Moscow, Russia, glu-valery@yandex.ru*

©Глущенко И. И.

*д-р экон. наук*

*Российский государственный социальный университет (РГСУ)  
г. Москва, Россия, prepodavatel-gii@mail.ru*

©Glushchenko I.

*Dr. habil., Russian State Social University (RSSU)*

*Moscow, Russia, prepodavatel-gii@mail.ru*

*Аннотация.* Формируются положения общей научной теории сервиса (сервисологии) как методической основы проектирования и оценки качества услуг в сфере сервиса, развития сферы сервиса, исследуются и формируются теоретические основы развития экономики и управления в области развития сферы сервиса в условиях постиндустриальной глобализации рынка такого рода услуг, развитием сервисных и информационных технологий и коммуникаций, исследуется и адаптируется к решению задач проектирования функционально–декомпозиционное комплексов сервиса на примере комплексов гостиничных услуг, предложена четырехуровневая модель услуги (рассматривается на примере гостиничной услуги), которая может быть использована для проектирования заданного уровня качества и количественного анализа конкурентоспособности любого вида услуг.

Целью статьи выступает формирование парадигмы развития методологической основы развития сферы сервиса, проектирования комплексов услуг, оценки конкурентоспособности услуг в условиях постиндустриальной экономики.

Для достижения поставленной цели последовательно решаются такие задачи исследования: изучается сущность и значение постиндустриальной сферы услуг и влияния ее на социально–экономическое развитие; анализируется состояние научного и методического обеспечения сферы гостиничного сервиса; развиваются методические основы проектирования комплексов услуг на базе функционально–декомпозиционного представления и его применения в сфере сервиса и ее развитии; на основе четырехуровневой модели услуги формируется методика проектирования и анализа качества услуг и эффективности управления сферой сервиса в условиях научно–технического прогресса и

интенсивного развития информационных технологий; формируется парадигма совершенствования методической основы развития сферы сервиса. Объектом статьи является сфера постиндустриального сервиса рассматриваемая как структурный элемент современной глобальной и национальной экономики, общества. Предметом статьи выступают парадигма формирования методических основ сервисологии как межотраслевой научно–практической дисциплины о развитии экономики и управления в сфере услуг.

*Abstract.* Provisions of the general scientific theory of service (servisologiya) as methodical basis of design and assessment of quality of services in the sphere of service, development of the sphere of service are created, theoretical bases of development of economy and control in the field of development of the sphere of service in the conditions of post–industrial globalization of the market of such services, are researched and created by development of service and information technologies and communications, is researched and adapts to the decision of tasks of design functionally–decomposition service complexes on the example of complexes of hotel services, the four–level model of service (it is considered on the example of hotel service), which can be used for design of the given quality level and the quantitative analysis of competitiveness of any kind of services is offered.

The purpose of article formation of a paradigm of development of a methodological basis of development of the sphere of service, design of complexes of services, assessment of competitiveness of services in the conditions of post–industrial economy appears.

For achievement of a goal such research problems sequentially are solved: the entity and value of a post–industrial services sector and its influence on social and economic development is studied; the status of scientific and methodical support of the sphere of hotel service is analyzed; methodical bases of design of complexes of services on the basis of the functional dekompozitsionnogo of representation and its application in the sphere of service and its development develop; on the basis of four–level model of service the technique of design and the analysis of quality of services and effective management of the sphere of service in the conditions of scientific and technical progress and intensive information technology development is created; the paradigm of enhancement of a methodical basis of development of the sphere of service is created. Subject of article is the sphere of post–industrial service considered as a structural element of the modern global and national economy, society. Act as a subject of article a paradigm of formation of methodical bases of a servisologiya as interindustry scientific and practical discipline about development of economy and control in a services sector.

*Ключевые слова:* парадигма, сервис, услуга, философия, идеология, наука, методика, экономика, управление, потребитель, безопасность, эффективность, сервисология, модель, уровень, свойства, качество, проектирование, оценка.

*Keywords:* paradigm, service, service, philosophy, ideology, science, technique, economy, management, consumer, safety, efficiency, servisologiya, model, level, properties, quality, design, assessment

Актуальность статьи определяется тем, что в начале 21 века в условиях постиндустриального развития наиболее быстро (по сравнению с промышленностью и сельским хозяйством) развивается сфера услуг. Это развитие сферы постиндустриального сервиса сопровождается проектированием новых услуг и созданием новых технологий в сервисе. При этом глобализация сферы сервиса приводит к обострению проблемы поддержания конкурентоспособности российского сегмента сферы услуг. Одновременно с

этим как часть экономики российскому сервису требуется большая ориентация на запросы и вкусы отечественных потребителей, туристов, в целом российских экономики и общества. Влияет на российский сервис и специфика социально-экономического развития нашей страны в условиях глобального кризиса, санкций и другого. Следует учитывать и то, что современная постиндустриальная экономика представляет собой как совокупность трех частей (сферы производства; сферы сервиса; сельского хозяйства). При этом в развитых странах наиболее значимой (до 79%) из этих трех частей выступает постиндустриальная сфера услуг. Вместе с тем, общая полная теория сферы сервиса до настоящего времени не сформирована.

Гипотезой данной статьи рассматривается утверждение о том, что для снижения рисков и обеспечения гармоничного и устойчивого развития российской сферы сервиса, как части национальной экономики важное значение имеет синтез парадигмы формирования методологических основ, общей научной теории развития сферы услуг (сервисологии).

Отметим, что термин сервисология синтезирован посредством системного агрегирования слов «сервис» и «логос (наука)», указывает на межотраслевую направленность и специфику особенности развиваемой в настоящей статье научной дисциплины.

Целью статьи выступает формирование парадигмы совершенствования методологической основы развития сферы сервиса, проектирования комплексов услуг, оценки конкурентоспособности услуг в условиях постиндустриальной экономики.

Для достижения поставленной цели последовательно решаются такие задачи исследования:

- изучается сущность и значение постиндустриальной сферы услуг и влияния ее на социально-экономическое развитие; анализируется состояние научного и методического обеспечения сферы гостиничного сервиса;

- развиваются методические основы проектирования комплексов услуг на базе функционально-декомпозиционного представления и его применения в сфере сервиса и ее развитии;

- на основе четырехуровневой модели услуги формируется методика проектирования и анализа качества услуг и эффективности управления сферой сервиса в условиях научно-технического прогресса и интенсивного развития информационных технологий;

- формируется парадигма совершенствования методической основы развития сферы сервиса.

Объектом статьи является сфера постиндустриального сервиса рассматриваемая как структурный элемент современной глобальной и национальной экономики, общества.

Предметом статьи выступают парадигма формирования методических основ сервисологии как межотраслевой научно-практической дисциплины о развитии экономики и управления в сфере услуг.

Сфера сервиса выступает как область деятельности по оказанию услуг.

Особенностями процессов развития постиндустриальной сферы сервиса (услуг) следует признать:

- акцент на проявление и удовлетворение ранее скрытых (латентных) потребностей индивидов, социальных групп и общества в целом;

- переход от удовлетворения известных потребностей клиентов и общества в целом к синтезу новых потребностей;

- взрывной характер развития, прежде всего таких направлений сферы сервиса как информационные и транспортные услуги;

–повышение степени потребности не столько в отдельных услугах, сколько в комплексном предоставлении услуг (например, строительство «под ключ» охватывает процессы строительства, отделки помещений и другое);

–развитие сферы сервиса происходит на фоне глобального кризиса, который приведет к дальнейшей трансформации спроса на услуги.

Сфера сервиса выступает одновременно как структурный элемент государства (государственные услуги), бизнеса (посредничество, технический сервис и т. д.) и общества (социальные услуги). При этом комплексы услуг могут рассматриваться как инструмент поддержания работоспособности, адаптации и развития государства, бизнеса, техносферы, экономики и социальной сферы. Отправной точкой исследования сферы услуг является определение понятия услуги и классификация услуг, в частности, ВТО.

Услугой принято называть мероприятие, деятельность или выгода, которые одна из сторон может предложить другой стороне и которые в основном неосвязаемы и не приводят к овладению чем-либо. Торговля услугами является частью глобальной торговли, что отражается в платежном балансе страны [1, с. 34–38].

Услуги могут быть неторгуемыми (реализуемыми в пределах данной локальной местности) и торгуемыми (реализуются на глобальном рынке). Оказание услуг может быть связано с применением материальных товаров или не связано с их применением.

В различных аспектах сфера услуг и ее специфика в начале 21 века исследуется методами социологии, права, экономики, маркетинга, информатики, психологии и других современных наук [1–9]. Однако эти исследования имеют в основном разрозненный и прикладной характер.

В процессе настоящего исследования под развитием сферы сервиса можно понимать создание новых услуг и видов услуг, расширение и создание новых рынков, повышение качества услуг и другое. Развитие сферы сервиса сопровождается рисками, которые отражают возможность отрицательных отклонений в процессе такого развития. Парадигмой развития сферы сервиса условимся называть системное объединение философии, идеологии, политики развития сферы услуг. Под философией развития сферы услуг можно понимать наиболее общий взгляд на процессы и результат проектирования новых услуг и видов услуг, расширение и создание новых рынков и другое. Идеологией развития сферы услуг будем называть: во-первых, основную идею такого развития; во-вторых, распределение власти в процессе такого развития.

Парадигмой формирования методической основы развития сферы сервиса назовем системное объединение философии, идеологии и политики создания научной основы развития сферы сервиса. Под философией формирования методической основы развития сферы сервиса предлагается понимать наиболее общий взгляд на процесс формирования общей теории сервиса (сервисологии) и ее значение для устойчивого развития, снижения рисков развития сферы услуг. Идеологией формирования методической основы развития сферы сервиса охватывает: основную идею развития сервисологии, как развитой общей теории сферы сервиса; распределение личной власти и/или власти должности в процессе такого развития наиболее общей методологии сферы сервиса. Политикой формирования методической основы развития сферы сервиса будем называть совокупность конкретных мероприятий, направленных на формирование методической основы развития сферы сервиса. Развитие парадигмы формирования методической основы развития сервиса призвано снизить риски развития постиндустриальной сферы сервиса, сделать такое развитие устойчивым на фоне глобального кризиса.

Услугу как способ и продукт, созданный для удовлетворения индивидуальных и общественных экономических, социальных, технических и экологических потребностей

следует описать ее назначением, особенностями, достоинствами и недостатками. Социально-экономическую сущность любой услуги отражают ее функции и роль в процессах функционирования государства, общественного производства и потребления.

Моделью услуги будем называть ее упрощенное, возможно типовое, формализованное представление в интересах проектирования процессов оказания услуг, оценки их качества и управления процессом оказания услуг.

Качество услуг оценивается в рамках различных систем, но основным критерием качества услуги считается такой субъективный показатель как степень удовлетворенности клиентов. В целом этот обзор публикаций дает достаточно оснований для того, что бы заключить, что развитая методология—общая научная теория сервиса (сервисология) пока не сформировалась, недостаточно развита, не представлена научной общественности и многочисленным субъектам (акторам) экономики и общества, работающим по предоставлению услуг и использующим разнообразные услуги. При этом многие насущные проблемы развития сферы услуг не удается разрешить без теоретического осмысления сущности услуги и развития общей научной теории услуг (сервисологии).

Технологией оказания услуг будем называть системное объединение способов, технических средств оказания услуг и квалификационных навыков персонала, необходимых для предоставления услуг определенного качества.

Технологические особенности оказания различных видов услуг прямо взаимосвязаны с вопросами формирования и определения систем классификации и стандартизации. Научные проблемы формализации технологий (например, в виде технологических карт), унификации, стандартизации и сертификации в сфере услуг можно определить как наиболее актуальные проблемы для исследований и разработки.

В современных публикациях отражаются проблемы управления качеством услуг, синтезируются модели качества услуг, описываются этапы измерения качества с использованием различных методик. При этом, однако в начале 21 века остается актуальным вопрос о сущности понятия «качество услуги». Разработка этого комплекса проблем может базироваться как на общей теории услуг (сервисологии), так и на частных методиках проектирования и оценки качества услуг, моделях услуги.

Обязательным элементом общей теории услуг следует назвать исследование экономических основ, особенностей производства, предоставления и потребления услуг в рамках постиндустриальных общества и рыночной экономики.

Наличие производителей услуг—организаций (предприятий) разных форм собственности, организационно-правовых форм, относящихся к этому сектору экономики, требует дифференцированных подходов к научной постановке целей и определению стратегии их деятельности, формированию источников ресурсного обеспечения деятельности, построению критериев эффективности функционирования, обеспечению адекватной кадровой политики и созданию системы отношений с персоналом и внешними участниками процесса производства услуг.

Важной частью сервисологии как общей теории услуг можно считать и такой неотъемлемый компонент функционирования этой сферы, как финансовый менеджмент и механизм обеспечения производства услуг.

При этом нужно учитывать, что сфера услуг рассматривается как отдельный сектор, способный самостоятельно формировать общехозяйственный эффект (макроэкономический аспект), или с точки зрения узкоотраслевого подхода к производству отдельных видов услуг, создающих сегменты отраслевых рынков (кредитного, страхового, гостиничного и т. д.). При отраслевом подходе не полно отражается вклад отрасли в социально-экономический результат деятельности города, региона и страны в целом [3].

Одновременно с этим отмечают, что в начале 21 века слабо изучена роль предпринимательства в развитии сферы услуг. Вместе с тем, глобализация экономики и социальной жизни, рост влияния информационных технологий, интенсификация труда реалии трудовой занятости экономически активного населения требуют новых подходов к развитию сферы услуг, ее объемному и видовому расширению, обеспечения ценовой и территориальной доступности услуг. Указывают и на то, что развиваются и теоретические основы стратегического управления в сфере услуг [3].

В процессе исследования сферы услуг в контексте сервисологии и исследовательских методик, каждая из которых направлена на проектирование и комплексное предоставление и/или на отдельные аспекты услуги, наиболее значимые для той или иной практической или научной области, формируются принципы и технологии взаимодействия производителя и потребителя услуги, выявляются эффективные способы, инструменты механизмы управления таким взаимодействием.

Однако можно признать, что в настоящее время не существует завершенной теории услуг, которая систематизировала бы имеющиеся методологические и практические подходы к изучению и управлению этой областью деятельности [1–9]. Это дополнительно подтверждает актуальность настоящей статьи и ее направленность на формирование и развитие ряда важных теоретических положений сервисологии, создающей общую научную основу сферы сервиса, исследующую сущность таких услуг с различных точек зрения.

Каждое научное исследование сферы и системы управления сферой сервиса может быть основано на первичной и вторичной информации. Вторичная информация охватывает и все ранее выполненные исследования. Положительной чертой вторичной информации выступает то, что в ранее выполненных исследованиях, например, научных обзорах и статьях отражено состояние научного и методологического обеспечения развития сферы услуг. Рассматривается и современное состояние и особенности развития, инновации в сфере сервиса, методы оценки качества услуг [1–9].

В этой ситуации можно ожидать, что дальнейшая разработка целостной теории сферы услуг будет способствовать решению не только теоретико–методологических проблем, которые имеют место в этой сфере, но и позволит решить многие практические вопросы, которые обусловлены особенностями услуги как структурного элемента функционирования постиндустриальной экономики и общества [10–14].

На основе работ [10–14] становится возможной дальнейшая разработка общей научной теории сервиса (сервисологии), включая методики и модели для проектирования и оценки комплексов услуг, качества услуг.

В процессе синтеза методических положений сервисологии рекомендуется учитывать, что в философии и методологии науки определено, что сущность научной теории раскрывается путем описания ее объекта исследования, научного метода, функций, ролей научной теории и путем описания ее законов. Именно эти научные положения гостиничной сервисологии и станут центральным элементом содержания данной статьи.

При разработке общей (межотраслевой) теории услуг и отраслевых направлений этой теории (например, гостиничной сервисологии) нужно учитывать специфику как всей сферы сервиса, так и особенности оказания услуг в определенных областях деятельности. Такая специфика связана с технологическим процессом удовлетворения потребностей клиентов с учетом обеспечения безопасности и определенного уровня комфортности проживания, целями деятельности, ресурсами и источниками финансирования, кадровой политикой, сегментами потребителей определенных видов услуг, приемами менеджмента и концепциями маркетинга, особенностями продвижении и коммуникации, а зачастую и формой собственности организации производящей услуги.

Рассмотрение услуг как юридических объектов также является важным элементом в проводимом исследовании. Необходимо отметить, что услуге как объекту гражданских прав посвящено значительное число публикаций. При этом не удалось прийти к согласию в вопросе о том, чем отличается работа от услуги и в чем особенность каждого из видов услуг как объектов гражданских прав. Данный вопрос имеет не только теоретическое значение. От разрешения этой проблемы в значительной степени зависит практика бизнеса в сфере услуг. Это связано с тем, что от правовой трактовки услуг зависят виды договоров на оказание различных видов услуг. Обсуждаются и правовые основы общественного контроля оказания услуг [5].

В состав ключевых направлений, которые могли бы быть включены в сервисологию как общую (межотраслевую) теорию услуг, наиболее актуальными являются направления, связанные с экономикой и управлением в области оказания различного рода услуг. При этом объектом общей теории управления и развития сферы сервиса должна выступать сама сфера услуг и непосредственно конкретная услуга, которая рассматривается как обладающий спецификой определенный продукт и объект экономической деятельности, имеющий определенное назначение и обладающий конкретными свойствами.

Комплекс экономических, управленческих, организационных, финансовых, социальных отношений, которые возникают в процессе производства, продвижения и потребления гостиничной услуги может рассматриваться как предмет сервисологии.

Субъектами (актерами) управления и развития в сфере услуг являются производители, потребители, заказчики, посредники как физические, так и юридические лица, которые участвуют в процессе социально–экономических отношений в сфере производства и потребления различных услуг.

В настоящей работе сервисология будет рассматриваться как структурный элемент современной науки и наукологии [14]. Поэтому основные методические понятия и методические атрибуты сервисологии на основе и с использованием аналогичных формулировок наукологии [14].

Науку о создании научных знаний, практических компетенций и технологий, которая охватывает комплекс научных проблем, философию, идеологию, политику, мотивы, методы, способы, инструменты, технологии инновационного создания различных видов услуг, технологий, их обращения и оказания, а так же методы оценки финансовых результатов этой деятельности и влияния сферы услуг на развитие государства, экономики и общества будем называть общей теорией сервиса (сервисологией).

С точки зрения гносеологии сервисология может быть определена как методология исследования, анализа и управления методами решения научных и практических задач, стоящих перед современной экономикой и обществом в сфере оказания услуг.

Научный метод, объект, предмет, функции и роли общей теории услуг (сервисологии) определим следующим образом.

Совокупность инструментов, принципов и приемов, с помощью которых обеспечивается объективное познание научных процессов и социально–экономических результатов проектирования, создания, обращения, оказания, модернизации услуг и технологий их реализации условимся называть научным методом в сервисологии.

Функции (от итальянского слова «исполняю») сервисологии состоят в том, что в рамках данной науки может быть достигнуто в геополитической, политической, социальной, экономической, технологической, экологической подсистемах государства, глобальных экономики и общества.

Социальная, экономическая роль сервисологии отражает эффективность реализации функций сервисологии в направлении удовлетворения потребностей государства, бизнеса,

общества, конкретного человека в услугах, в комплексе определяющих уровень безопасности и комфортности проживания в конкретной стране, как конкурирующем геополитическом субъекте.

Формирование понятийного аппарата, теоретических основ научных исследований и методологии исследования сферы услуг, отдельных услуг, явлений и процессов, формулировании законов и категорий сервисологии, разработке инструментов управления научным исследованием в этой области включает методологическая функции сервисологии. В состав этой же функции могут быть включены синтез методов управления инновационным проектом (в различных сферах человеческой деятельности) по созданию услуг, жизненным циклом и комплексами услуг в интересах максимизации эффективности их оказания и использования в экономике и обществе. Основной задачей сервисологии в целом и ее методологической функции можно считать минимизацию рисков (ущербов) и обеспечение эффективности методов сервисологии, включая политику (системы мер) развития в области науки, инноваций, технологий в сфере услуг.

Процессы накопления, описания, изучения фактов действительности в сфере гостиничной сервиса, ее научного исследования, инноваций, технологий в этой сфере сервиса на различных уровнях (глобальном, национальном, отраслевом, региональном и т. п.) охватывает познавательная функция сервисологии. Сюда же входит анализ конкретных явлений и процессов в различных сегментах сферы сервиса, научных исследований, осуществления инновационных проектов в сфере актуальных услуг, жизненного цикла определенных услуг, выявления важнейших проблем и источников развития различных сегментов сферы услуг, обоснования отдельных мер и программ развития этих сегментов сферы услуг.

Практический характер имеет инструментальная (регулятивная) функция сервисологии. Это связано с тем, что она включает: разработку способов и инструментов управления научными исследованиями во всех частях (сегментах) сферы услуг, менеджмент инновационными проектами в сфере такого рода услуг, менеджмент жизненным циклом технологий и услуг; выработку практических рекомендаций для властных структур, научно-исследовательских организаций, организаций сферы услуг; исследования по предварительной оценке целесообразности дифференциации, определению эффективности услуг, в том числе в результате модернизации услуг.

В обоснования необходимости разработки и принятия норм права, которые способствуют развитию сферы услуг в целом и ее отдельных сегментов, инноваций и повышения качества в сфере услуг, форм ответственности за нанесение ущерба третьим лицам, персоналу и обществу в целом при оказании услуг, не отвечающих требованиям безопасности состоит законодательная функция сервисологии.

Выбор наилучших (с определенной критерием эффективности точки зрения, например, максимального качества), достижения безопасных и экологических условий и последствий функционирования сферы услуг и ее сегментов, определение наилучших технологий, способов и приемов реализации услуг в экономике и общественном развитии включает оптимизационная функция сервисологии.

Вероятностную оценку состояния сферы услуг, как части экономики и общества в будущем с точки зрения возможности (и последствий) развития определенных направлений и сегментов (частей) сферы сервиса, определение направлений (поисковое прогнозирование) и оценку темпов этих изменений под воздействием научно-технического прогресса в сферах науки, техники, технологий обеспечивает прогностическая функция сервисологии.

Синтез упреждающих и профилактических мер по результатам прогноза развития науки и техники с учетом возможности развития технико-экономических кризисов сферы

сервиса (и/или ее сегментов), предупреждение техногенных катастроф, технологических кризисов и других видов негативных явлений, возникающих в результате дифференциации видов, возможности развития негативных явлений в сфере услуг составляет содержание предупредительной функции сервисологии.

Разъяснение гражданам рациональности финансовых и других видов затрат на постоянное развитие научной и инновационной деятельности в сфере услуг, ускорение научно-технического прогресса в сфере оказания различных видов услуг, ориентация общества на устойчивый характер и эффективное управление научно-техническим прогрессом экономики и общества в сфере услуг составляет суть психологической функции сервисологии. Наиболее актуальной задачей этой функции в России можно считать преодоление традиционного уничижительного (приниженного по значению) психологического восприятия сферы сервиса в различных, включая руководящие слои общества.

В передаче знаний о роли и значении современных науки, технологий, техники для современной сферы сервиса и ее отдельных сегментов, знаний о влиянии качества услуг на восприятие и развитие государства и общества, объяснении обществу и его социальным группам необходимости эффективных мер по развитию научно-методологического обеспечения развития сферы услуг среди широких слоев населения заключается функция социализации знаний в сервисологии состоит.

В выработке, ориентации, системной интеграции в научную платформу знаний ориентированных на комплексное и безопасное обслуживание клиентов, проектировании адекватных систем управления научным и инновационным процессами в сфере услуг, включая, планирование, организацию, мотивацию и контроль результатов научного и инновационного процессов в различных сегментах сферы услуг состоит системообразующая функция сервисологии.

Ролями общей теории сервиса (сервисологии) будем считать:

во-первых, обеспечение ценовой дифференциации, адекватности потребностям, безопасности и комфортности получения услуг потребителями этих услуг различных категорий;

во-вторых, уменьшение рисков (отрицательных отклонений, ущербов) результатов в процессе развития сферы услуг, при проведении научных исследований и реализации инновационных проектов в сфере сервиса;

в-третьих, повышение финансовых результатов в сфере услуг, эффективности научной и инновационной деятельности в сфере услуг;

в-четвертых, координацию, концентрацию, оптимизацию процессов развития научного обеспечения в сфере услуг и процессов ее инновационного постиндустриального развития.

Законами сервисологии правомерно назвать устойчивые причинно-следственные связи между методами научных исследований, осуществлением инновационных проектов в сфере услуг, технологиями и процессами оказания услуг и наблюдаемыми при этом: качеством услуг; финансовыми результатами от функционирования организации и/или сферы услуг, устойчивые логические связи при взаимодействии частей и характером производственных отношений, возникающих в ходе развития сервисологии и сферы услуг в экономике и обществе.

Предлагается определить законы сервисологии следующим образом:

1) сфера услуг является структурным элементом экономики и общественной жизни одновременно, оказывая в условиях постиндустриальной глобализации серьезное влияние на глобальную конкурентоспособность государства, бизнеса и общества одновременно;

2) в структуре сферы сервиса могут быть выделены коммерческие, некоммерческие, социальные (дотируемые и/или предусматривающие льготы) услуги на основе фактора получения прибыли в результате удовлетворения индивидуальных и общественных потребностей индивидов, социальных групп и классов, общества в различных правовых и жизненных ситуациях;

3) источником интенсивного развития сферы услуг можно признать дифференциацию потребностей и усложнение техногенной сферы, товаров длительного пользования, быта и общественной жизни одновременно;

4) увеличение числа видов в процессе дифференциации и специализация услуг объясняется с ростом дифференциации и сложности потребностей клиентов, хозяйственно-экономической и социальной жизни в постиндустриальных условиях;

5) причинами формирования новых видов услуг являются новые потребности во временном проживании, с учетом стремления сферы услуг к приспособлению к изменениям условий в процессе кризиса и развитию техногенной и социальной сферы;

6) эффективность услуги имеет одновременно экономическое, социальное и временное измерение;

7) в связи с продолжением тенденции (тренда) роста сложности производственных и социальных отношений, финансово-хозяйственной и общественной деятельности значение сферы услуг в будущем будет увеличиваться;

8) ускорения роста потребностей клиентов, сложности финансово-хозяйственной и общественной деятельности приведет к росту сложности и комплексности оказываемых услуг и другие.

Понятие эффективности услуг многогранно. Под эффективностью для потребителей бизнес-процессов оказания услуг будем понимать их способность достигать поставленных перед ними заказчиком целей за оговоренный период времени при расходовании фиксированного количества ресурсов. Под эффективностью для предпринимателей бизнес-процессов оказания услуг будем понимать наблюдающиеся при конкретном бизнес-процессе финансовые результаты деятельности организации. Под эффективностью бизнес-процесса (или некоммерческого процесса) оказания услуг для государства будем понимать оценку влияния развития сферы сервиса на оценку геополитической конкурентоспособности государства. Под бюджетной эффективностью сферы сервиса следует понимать абсолютную величину или относительную долю налоговых доходов в государственном бюджете.

В ряде работ показана возможность применения типовых представлений (агрегативного, контурами обслуживания, бухгалтерского баланса) и других моделей для решения актуальных научных, методических и практических проблем сферы услуг [15–21], что позволяет отнести эти методы и модели к методам общей теории услуг — сервисологии.

В частности должно учитываться, что современные организации обеспечивающие предоставление комплексов услуг физическими/или юридическим лицам являются сложными многофункциональными организационными и техногенными системами. Для обеспечения решения задач проектирования и анализа процессов функционирования такого класса сложных систем было разработано их функционально-декомпозиционное представление сложных технических систем [15, с.184–186].

Ключевым структурным элементом такого типового представления можно считать таблицу функциональных портретов. Эта таблица содержит: по горизонтали (строки) перечень реализуемых функций; по вертикали (столбцы) она содержит элементы, которые участвуют в реализации этих функций. В пересечении строки и столбца проставляется знак «+», если данный элемент технологического комплекса участвует в реализации определенной в строке функции. Вместо знака «+» в таблице функциональных портретов

может проставляться уровень загрузки элемента при выполнении этой и других функций и т. п. Это открывает возможность нормирования трудозатрат, оценки уровня нагрузки (загрузки) элемента технологической структуры оказания комплекса услуг как технической системы при выполнении всех или части функций и другое.

Возможность и эффективность использования функционально–декомпозиционного представления при бизнес–проектировании одного многофункционального бизнес — центра в Москве [16, с. 22], а гостиничного комплекса в работе [21]. В ряде других источников центральную часть этого представления (таблицу функциональных портретов объекта) называют еще и таблицей функций и элементов.

Известные и существующие в настоящее время классификации (ВТО и другие) в сфере сервиса требуют дальнейшего уточнения и систематизации в рамках сервисологии. Это обуславливает важность определения главных и второстепенных критериев классификации различных видов услуг.

Будем исходить из того, что новые постиндустриальные услуги создаются для того, чтобы: актуализировать новые потребности; полнее удовлетворить общественные и личные потребности людей в новых ситуациях; обеспечить надежность функционирования техногенных и социальных объектов; повысить безопасность и эффективность функционирования техногенных и социальных объектов; изменить отдельные характеристики функционирования этих техногенных и социальных объектов; улучшить дизайн товаров как социальных и техногенных объектов и др.

При этом, как уже отмечалось, что развитие как функция предпринимательства предполагает разработку новых видов продукции (товаров и/или услуг) и освоение новых рынков, развитие организационной структуры и другое [16, с. 13].

Одним из главных направлений дальнейшего развития сервисологии можно назвать разработку и применение в сфере услуг частных методик и моделей для описания, проектирования, анализа и оценки качества и/или конкурентоспособности услуг.

В маркетинге известна описательная трехуровневая модель товара, которая может быть использована и при исследовании услуг, их конкурентоспособности и эффективности [17, с. 247–248]. Эта модель была дополнена четвертым (стратегическим, социально–экологическим) уровнем товара [18; 19, с. 83–87]. Четырехуровневая модель страховой услуги представлена в работе [20].

Эта же модель была использована при анализе гостиничных услуг в работе [21]. При этом было показано, что первый уровень гостиничной услуги составляет ее основное назначение или выгоду: удовлетворение индивидуальных и общественных потребностей во временном проживании. Второй уровень гостиничной услуги отражает характер услуги в реальном исполнении (площадь и кубатуру номера, наличие санитарного узла, ванны, размер и качество кровати, качество белья, наличие телевизора, наличие телефона, звукоизоляцию, безопасность проживания и др.), оформление внутренних интерьеров и внешнее оформление здания, марочное название гостиницы и т. п. Третий уровень гостиничной услуги (услуга с подкреплением) включает возможность: бронирования номеров; проживания в кредит, страхование проживания и другое. Четвертый уровень услуги должен описывать и характеризовать влияние услуги на социально — экономическую и экологическую системы (затраты материалов и сырья, ущерб окружающей среде при оказании услуг и др.) и стратегическое (длительное влияние на рынок и социально–экономическую среду. Четвертый уровень гостиничной услуги характеризует влияние гостиничных услуг на развитие бизнеса и социальной среды; повышение комфортности и безопасности временного проживания; снижение экологических затрат на гостиничное обслуживание, поддержание

экономической устойчивости бизнеса, например, при размещении пострадавших от чрезвычайных ситуаций и др.

Описанная выше четырехуровневая модель гостиничной или любой другой услуги может использоваться при проектировании и позиционировании, абсолютной и сравнительной оценке конкурентоспособности и экономической эффективности гостиничных и других видов услуг. При этом четырехуровневая модель услуги создает возможность охарактеризовать услугу как объект управления, что может позволить повысить эффективность управления проектированием качества услуг, создавать системы управления реализацией бизнес-процессов по оказанию услуг.

При проектировании услуг с применением четырехуровневой модели услуги можно рекомендовать использовать такой алгоритм последовательного процесса проектирования услуги, разделив ее следующие шаги (этапы) проектирования:

1) разрабатывается четырехуровневая описательная модель облика (структуры и основных характеристик) определенной услуги;

2) для каждого уровня и каждого показателя услуги разрабатывается оценочная шкала для оценки качества такой услуги по этому показателю (например, по десятибалльной шкале, системе);

3) экспертным путем (или путем опроса потребителей) выполняется оценка качества каждого показателя данной услуги;

4) на основе анализа экспертных оценок, сравнения реальных показателей с проектными показателями выделяются «узкие места» услуги, которые должны быть улучшены;

5) генерируются варианты улучшения показателей качества услуги до уровня проектных показателей и/или выше;

6) посредством анализа траекторий повышения качества услуги выделяют реализуемые и/или наиболее целесообразные варианты улучшения показателей услуги;

7) с использованием формальных (например, критерия «эффективность/ затраты») и/или неформальных критериев выделяют наилучший (оптимальный) вариант управления траекторией повышения качества услуги и т. д.

В качестве факторов дальнейшего формирования методологического обеспечения развития сферы услуг можно назвать: создание прецедентов финансирования исследований в этой сфере со стороны отдельных организаций и объединений бизнеса; консолидацию усилий ученых, работающих в этой области; создание научной платформы методического обеспечения развития сферы сервиса; расширение диалога между практиками, учеными и потребителями услуг; повышение эффективности общественного контроля за качеством услуг и результатами научных исследований и другие.

По аналогии с работой [14, с. 67] под научной платформой предлагается называть системное объединение научных знаний из различных отраслей науки, участвующих в формировании и реализации идеи безопасного и экономичного создания в ходе инновационных проектов и осуществления полного жизненного цикла услуг. Ядром этой научной платформы может стать сервисология. Научные направления, участвующие в реализации инновационного проекта могут быть определены на основе данных, полученных на основании анализа технологий и работ.

При этом следует отметить, что при большом количестве исследований, статей эти исследования имеют в основном разрозненный и прикладной характер.

Вероятно, это связано с тем, что в сфере услуг велика доля конкурирующих между собой малых и семейных предприятий, которые не имеют сил и средств для проведения исследований. Что касается крупных организаций и целых отраслей экономики, то по

различным причинам (в основном в интересах повышения социального престижа своей деятельности) они предпочитают дистанцироваться от сферы сервиса. Например, деятели спорта говорят об индустрии спорта; актеры туризма оперируют понятием «индустрия гостеприимства» и т. п. Известны случаи, когда деятели сферы искусства возмущались, когда их деятельность относили к сфере досугово–развлекательных услуг и т. д. Меду тем, как уже отмечалось, все производимое в рыночной экономике — это товары и услуги. Отрицать это — значит подрывать научную основу развития соответствующих видов деятельности, создавать дополнительные риски в развитии не только этих видов деятельности, но и государства, бизнеса, общества.

Видимо речь должна идти не об отрицании принадлежности определенной деятельности к сфере услуг, а о классификации, рейтинговой оценке различных видов услуг с точки зрения их влияния на социально–экономическое развитие и геополитическую конкурентоспособность государства, бизнеса, общества.

При этом отмеченные психологические реакции и понятийные особенности функционирования различных сегментов сферы сервиса могут указывать на особенности философии, а следовательно, и методологии их деятельности. В научно–методологическом плане такой подход создает акцент на различиях в деятельности организаций различных видов сервиса, что не способствует исследованию методологии деятельности сферы сервиса в целом. Вероятно, по этой причине отсутствуют крупные заказчики научных исследований и разработок (НИР) сферы сервиса в целом. Одновременно с этим и по этой же причине отсутствуют и крупные исследовательские организации. Например, в структуре РАН из некогда более чем 200 институтов отсутствует институт сервиса, нет кафедр теории и методологии сервиса в крупных вузах, отсутствуют общественные организации и структуры объединяющие исследователей в этой области и другое. В сумме все это повышает риски развития в данных сегментах сервиса и социально–экономического развития в целом. Все это и подтверждает актуальность настоящей статьи и дальнейшего развития методологических положений общей теории сервиса–сервисологии. Важным фактором процесса создания научной платформы в сфере сервиса может стать начала диалога и научной дискуссии по этой проблеме между практиками (бизнесом), учеными и обществом (агрегированным потребителем услуг)

В статье рассмотрены особенности формирования парадигмы научного обеспечения развития сферы услуг в условиях постиндустриальной глобализации и глобального кризиса, формируются основы парадигмы развития методологического обеспечения сферы сервиса в виде развитой теории — общей теории сервиса (сервисологии), сформулированы понятия развития, парадигмы, идеологии, политики развития методологического обеспечения сферы сервиса, функции сервисологии, предложена методика проектирования комплекса услуг на основе функционально–декомпозиционного представления, исследована возможность и предложена методика применения четырехуровневой модели услуги, в интересах проектирования, позиционирования, оценке конкурентоспособности и экономической эффективности услуг, обсуждаются факторы формирования методологического обеспечения развития сферы услуг.

#### *Список литературы:*

1. Калмыков В. В. Определение услуги и классификация услуг согласно генеральному соглашению по торговле услугами (ГАТС) // *Промышленный сервис*. 2006. №3. С. 34–38.
2. Симонян Г. А. Теоретические основы формирования сферы услуг // *Вестник СГУТиКД*. 2011. №1 (15).

3. Разомасова Е. А. Сфера услуг: теория, состояние и развитие. Новосибирск: НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации», 2011. 136 с.
4. Печерица Е. В. Значение качества услуг в условиях современного рынка, определение, сущность и показатели оценки качества услуг // Роль туризма в обеспечении устойчивого социально-экономического развития. Материалы международной научно-практической конференции. 2010. С. 315-318.
5. Уваров А. А. О правовых основах осуществления общественного контроля за предоставлением государственных и муниципальных услуг населению // Актуальные проблемы российского права. 2015. №10. С. 75-81.
6. Михалев В. Д., Скоробогатый А. С. К вопросу об управлении качеством услуги // Известия Международной академии аграрного образования. 2012. Т. 1. №13. С. 45-49.
7. Евсин М. Ю. Оценка удовлетворенности качеством товара (услуги) потребителя - жизненная необходимость // Перспективы науки. 2010. №11 (13). С. 83-86.
8. Южаков В. Н., Бойков В. Э., Покида А. Н., Зыбуновская Н. В., Добролюбова Е. И. Государственные и муниципальные услуги: характер и качество предоставления // Власть. 2014. №6. С.128-136.
9. Заславский А. Е. Модель управления качеством процессов управления ИТ-услугами // Качество. Инновации. Образование. 2008. №6 (37). С. 38-43.
10. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Функции сервисологии // Новая наука: современное состояние и пути развития: Международное научное периодическое издание по итогам Международной научно-практической конференции (30 сентября 2016 г., г. Оренбург). Стерлитамак: АМИ, 2016. С. 216-218.
11. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Сельскохозяйственная сервисология как методическая основа развития сферы услуг в сельском хозяйстве // Аэкономика: экономика и сельское хозяйство. 2016. №3 (11). С. 4. <http://aeconomy.ru/science/economy/selskokhozyaystvennaya-servisologiya/> (дата обращения 11.10.2016).
12. Глущенко В. В., Глущенко И. И., Козырев В. А., Вавилов Н. Е. Сервисология как методическая основа развития технического сервиса на транспорте // Бюллетень науки и практики. Электрон. журн. 2016. №11 (12). С. 245-256.
13. Глущенко В. В., Глущенко И. И., Иванова И. Н., Захаренкова Л. В., Зиневская О. Р., Канцыр Д. А. Проектирование процессов развития сферы услуг на железнодорожном транспорте // Молодежный научный вестник. 2017. №1 (13). Режим доступа: <http://www.mnvnauka.ru/2017/01/Glushchenko1.pdf> (дата обращения 30.08.2017).
14. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Наукология: задача модернизации науки и инновационной деятельности. Москва: Глущенко Ирина Ивановна, 2015. 116 с.
15. Глущенко В. В. Функционально-декомпозиционное представление сложных технических систем // Известия АН СССР. Техническая кибернетика. 1990. №2. С.184-186.
16. Глущенко В. В. Менеджмент: системные основы. изд. 2-е. Железнодорожный: Крылья, 1998. 224 с.
17. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. М.: Бизнес-книга, ИМА-Кросс, Плюс, 1995. 702 с.
18. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Четыре уровня товара: менеджмент и маркетинг. М. Рук. деп. в ВИНТИ №591 - В- 97 от 24.02.1997.
19. Глущенко И. И. Управление разработкой уровней товара в машиностроении // Проблемы машиностроения и автоматизации. Международный центр научной и технической информации. 1997. №1-2. С. 83-87.

20. Глущенко В. В. Управление рисками. Страхование. Железнодорожный: Крылья, 1999. 336 с.

21. Глущенко В. В., Глущенко И. И., Винницкий А. А., Сайтбатталова Э. Р., Якименко В. В. Формирование методологической основы развития и оценки качества услуг в сфере гостиничного сервиса // Молодежный научный вестник. 2017. №4 (16). Режим доступа: <http://www.mnvnauka.ru/2017/04/Glushchenko.pdf> (дата обращения 10.04.2017).

*References:*

1. Kalmykov, V. V. (2006). Opredelenie uslugi i klassifikaciya uslug soglasno generalnomu soglasheniyu po torgovle uslugami (GATS). *Promyshlennyj servis*, (3), 34-38

2. Simonyan, G. A. (2011). Teoreticheskie osnovy formirovaniya sfery uslug. *Vestnik SGUTiKD*, (1)

3. Razomasova, E. A. (2011). Sfera uslug: teoriya, sostoyanie i razvitie. Novosibirsk, NOU VPO Centrosoyuza RF Sibirskij universitet potrebitelskoj kooperacii, 136

4. Pecheritsa, E. V. (2010). Znachenie kachestva uslug v usloviyah sovremennogo rynka, opredelenie, sushchnost i pokazateli ocenki kachestva uslug. *Rol turizma v obespechenii ustojchivogo socialno-ehkonomicheskogo razvitiya. Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii*. 315-318

5. Uvarov, A. A. (2015). O pravovyh osnovah osushchestvleniya obshchestvennogo kontrolya za predostavleniem gosudarstvennyh i municipalnyh uslug naseleniyu. *Aktualnye problemy rossijskogo prava*, (10), 75-81

6. Mihalyov, V. D., Skorobogaty, A. S. (2012). K voprosu ob upravlenii kachestvom uslugi. *Izvestiya Mezhdunarodnoj akademii agrarnogo obrazovaniya*, 1, (13), 45-49

7. Evsin, M. Yu. (2010). Ocenka udovletvoryonnosti kachestvom tovara (uslugi) potrebitelya - zhiznennaya neobhodimost. *Perspektivy nauki*, (11), 83-86

8. Yuzhakov, V. N., Boikov, V. E., Pokida, A. N., Zygunovskaya, N. V., Dobrolyubova, E. I. (2014). Gosudarstvennye i municipalnye uslugi: harakter i kachestvo predostavleniya. *Vlast*, (6), 128-136

9. Zaslavskii, A. E. (2008). Model upravleniya kachestvom processov upravleniya IT-uslugami. *Kachestvo. Innovatsii. Obrazovanie*, (6), 38-43

10. Glushchenko, V. V., & Glushchenko, I. I. (2016). Funktsii servisologii. *Novaya nauka: sovremennoe sostoyanie i puti razvitiya: Mezhdunarodnoe nauchnoe periodicheskoe izdanie po itogam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii (30 sentyabrya 2016 g., g. Orenburg)*. *Sterlitomak, AMI*, 216-218

11. Glushchenko, V. V., & Glushchenko, I. I. (2016). Selskohozyajstvennaya servisologiya kak metodicheskaya osnova razvitiya sfery uslug v selskom hozyajstve. *Aehkonomika: ehkonomika i selskoe hozyajstvo*, (3), 4

12. Glushchenko, V. V., Glushchenko, I. I., Kozyrev, V. A., & Vavilov, N. E. (2016) Servisologiya as a methodical basis of development of technical service on transport. *Bulletin of Science and Practice*, (11), 245-256

13. Glushchenko, V. V., Glushchenko, I. I., Ivanova, I. N., Zaharenkova, L. V., Zinevskaya, O. R., & Kantsyr, D. A. (2017). Proektirovanie processov razvitiya sfery uslug na zheleznodorozhnom transporte. *Molodezhnyi nauchnyj vestnik*, (1)

14. Glushchenko, V. V., & Glushchenko, I. I. (2015). Naukologiya: zadacha modernizatsii nauki i innovacionnoj deyatel'nosti. Moscow, Glushchenko Irina Ivanovna, 116

15. Glushchenko, V. V. (1990). Funktsionalno-dekompozitsionnoe predstavlenie slozhnyh tekhnicheskikh sistem. *Izvestiya AN SSSR, Tekhnicheskaya kibernetika*, (2), 184-186

16. Glushchenko, V. V. (1998). Menedzhment: sistemnye osnovy. izd. 2-e. Zheleznodorozhnyi, Kryliya, 224
17. Kotler, F. (1995). Osnovy marketinga: per. s angl. Moscow, Biznes-kniga, IMA-Kross. Plyus, 702
18. Glushchenko, V. V., & Glushchenko, I. I. (1997). Chetyre urovnya tovara: menedzhment i marketing, M. Ruk. dep. v VINITI №591 - V- 97 ot 24.02.1997.
19. Glushchenko, I. I. (1997). Upravlenie razrabotkoj urovnej tovara v mashinostroenii. *Problemy mashinostroeniya i avtomatizatsii. Mezhdunarodnyj centr nauchnoj i tekhnicheskoy informacii*, (1-2), 83-87
20. Glushchenko, V. V. (1999). Upravlenie riskami. Strakhovanie. Zheleznodorozhnyi, Kryliya, 336
21. Glushchenko, V. V., Glushchenko, I. I., Vinnickii, A. A., Saitbattalova, E. R., & Yakimenko, V. V. (2017). Formirovanie metodologicheskoy osnovy razvitiya i ocenki kachestva uslug v sfere gostinichnogo servisa. *Molodezhnyi nauchnyi vestnik*, (4)

*Работа поступила  
в редакцию 17.09.2017 г.*

*Принята к публикации  
20.09.2017 г.*

---

*Ссылка для цитирования:*

Глущенко В. В., Глущенко И. И. Парадигма формирования научного обеспечения сферы постиндустриальных услуг // Бюллетень науки и практики. Электрон. журн. 2017. №10 (23). С. 228-243. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/glushchenko-v-glushchenko-i> (дата обращения 15.10.2017).

*Cite as (APA):*

Glushchenko, V., & Glushchenko, I. (2017). Paradigm of formation of scientific providing sphere of post-industrial services. *Bulletin of Science and Practice*, (10), 228-243