

Сфера услуг - зона, требующая особого внимания.

Шипуля М.И.

Северо-Кавказский федеральный университет «Институт экономики и управления», Ставрополь, e-mail: marina.shipulya@mail.ru

The service sector is an area that requires special attention.

Shipulya M.I.

North Caucasus Federal University "Institute of Economics and management",
Stavropol, e-mail: marina.shipulya@mail.ru

Сфера услуг является частью экономики, которая включает в себя все виды коммерческих и некоммерческих услуг; Сводная обобщенная категория, которая включает воспроизведение различных видов услуг, предоставляемых предприятиями, организациями, а также физическими лицами. Другими элементами экономики принято считать – индустрия и аграрное производство.[1,с.45]

История развития сферы услуг уходит в далекое прошлое. В древнейший период социальное предоставление услуг было малоразвито. Рыночный взаимообмен и торговая деятельность осуществлялись, в основном, как готовые результаты аграрного либо ремесленного труда. Со временем развития людского сообщества, учено-технологического прогресса, механизации и автоматизации физиологической работы, сфера услуг накапливает темпы собственного формирования и становится основным сектором экономики. В постиндустриальной экономике ключевые незаконченные проблемы возникают в области управления техникой, компании, распределения готового продукта. Распределение умственной работы формирует колоссальное число профессий и специальностей, призывающих высокой научной подготовки, огромное количество рабочих мест, значительный уровень интеграции общих стараний, увеличение социального благополучия. Данные направления причисляются к сфере услуг и управления, поэтому объясняет ее ускоренное увеличение сравнительно наиболее прежних областей работы человека. Для сферы услуг свойственны наиболее большие доходы, нежели для индустриального или аграрного раздела экономики.

В настоящее время имеются различные разновидности услуг, и их число регулярно увеличивается. К наиболее важным относятся: коммуникации (телевещание, радиовещание,

взаимосвязь, Сеть интернет); медицинское обслуживание (консультации, исследование, терапия); торговая деятельность (торговые центры, рынки); путешествия (отель, гостиницы, дома отдыха, здания развлечений); формирование и развитие (средние учебные заведения, детские сады); сервис (с производственного оснащения вплоть до небольших домашних устройств в бытовом хозяйстве); транспортировки (мореходные, наземные, воздушные); страхование, адвокатские обслуживание; банковские обслуживание (финансирование, вложения); рекламное объявление и другое.

Рынок услуг предполагает собой финансовые взаимоотношения среди потребителей и лицом, которое предоставляет определенную услугу. Его формируют материальные и духовные услуги. Материальные услуги ориентированы на удовлетворенность домашних и материальных нужд покупателя. Сюда относятся: сохранение, возобновление либо производство новейших продуктов согласно заказу потребителя.

Духовные услуги не предполагают наличия «вещественной» оболочки. Данное обслуживание относится к образованию, здравоохранения, консалтинговые, банковские, адвокатские услуги и др.

Сферу услуг выделяет значительный уровень индивидуализации, что предполагает обеспечение услуг этим покупателям, которые испытывают в их потребность и станут осуществлять конкретное соучастие в ходе предоставления определенной услуги. По этой причине присутствие исполнения работы в области услуг совершается подготовительное исследование рынка с раскрытием рыночных сегментов, в которых присутствуют возможные покупатели этой услуги, и ориентирование в будущей рекламной работы на данные разделы рынка. [2, с. 1131]

Очевидно, главным условием успешного взаимодействия сотрудников сервиса и покупателей представляет собой достижение взаимопонимания в контактной зоне. Осуществляя согласование с остальными людьми, мы в первую очередь в целом стараемся быть понятыми для окружающих. Но для того чтобы требовать, чтобы быть понятым, необходимо уметь понимать других людей. Напрямую такая последовательность лежит в основе взаимопонимания: изначально необходимо стараться понять другого, а затем стараться быть понятым. Достоверность подобного подхода подтверждает известное высказывание Конфуция: «Не огорчаюсь, если люди меня не понимают, - огорчаюсь, если я не понимаю людей».

По мнению психологов, искусством чувствовать, понимать других по статистике не больше 10% людей. Характерные ошибки, которые присущи людям, не способным понимать других, являются:

- 1) Торопливые заключения, которые вынуждают собеседника принять защитную позицию, что мгновенно строит преграду для конструктивного общения.
- 2) Перебивание собеседника во время разговора.
- 3) Невнимательность во время беседы.
- 4) Поведение, сопровождающее агрессию к собеседнику [3]

Таким образом, в современных условиях «сфера услуг», «сфера сервиса» является масштабной областью экономики, которая требует особого внимания. В данной области контактируют производители, покупатели и инициаторы обслуживания. Следовательно, сферу услуг необходимо рассматривать в качестве сектора экономики, который имеет многогранную структуру и продолжает развиваться и стремится к совершенствованию.

Список литературы:

1. Лазарев В.А. Туризм в системе общественного разделения труда. Екатеринбург, 2012.
2. Фадеева Н.В. Анализ основных дефиниций сферы услуг с позиций процессного подхода к менеджменту // Вестн. Тамб. гос. техн. ун-та. 2011. Т. 17. № 4. С. 1131-1147.
3. <http://abiturient24.com/index/vopros336155>