

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СФЕРЫ УСЛУГ

Справедливо считать, что сектор услуг является одним из самых быстро развивающихся и, следовательно, одним из самых перспективных секторов современной экономики. В то время как национальные экономики модернизируются и переходят на постиндустриальный этап развития, масштабы сектора услуг растут. В среднем доля услуг в ВВП составляет свыше 80% в ведущих странах мира. Автоматизация и роботизация процессов производства способствуют освобождению рабочей силы и перемещению человеческого капитала в сферу услуг, которые являются неотъемлемой частью глобальных трендов.

Цифровые услуги, экспорт услуг, развитие услуг на стыке существующих отраслей, повышение качества образования и медицинских услуг являются драйверами роста в стратегии до 2025 года [1].

Согласно Концепции вхождения Казахстана в число 30-ти самых развитых стран мира к 2050 году [2], сфера услуг должна составлять 70% ВВП Казахстана. Этот сектор должен помочь диверсифицировать экономику и нанять людей, высвобождающихся из других секторов. Доля услуг в ВВП Казахстана в 2022 году составила 52,9 процента. Тем не менее, следует учитывать низкую производительность труда в этой отрасли, долевую структуру национальной экономики и слабую ориентацию на экспорт.

Превращение сферы услуг в доминирующий сектор народного хозяйства является закономерностью развития современной цивилизации. Ускоренный рост сферы услуг показывает, что современное общество вступает в постиндустриальную стадию развития. XXI век будет веком информационных услуг. Услуги становятся все более важными для удовлетворения материальных и духовных потребностей людей, рационального использования свободного времени, самоутверждения и самореализации. Таким образом, необходимо продолжать исследовать теоретические вопросы, касающиеся обоснования социально-экономической природы услуг; определение границ этой области, ее отраслевого состава, места и роли в хозяйственной системе общества.

Подобно любому другому товару, особая потребительская стоимость труда — это то, что называется «услугой». Однако потому, что труд оказывает услуги в качестве деятельности, а не в качестве вещи, эта особая потребительская стоимость труда получила особое название «услуга».

Современные исследователи также обращают внимание на другие характеристики услуги. Таким образом, К. Лавлок выделяет два компонента понимания сущности услуг. Первый определяет услугу как «действие или процесс, предлагаемый одной стороной другой». Хотя этот процесс часто использует физические объекты, такие как товары, его выполнение обычно носит неосязаемый характер и обычно не приводит к получению права собственности на что-либо.

«Услуга — это вид экономической деятельности, создающей ценность и обеспечивающей определенные преимущества для потребителей в конкретном месте и в конкретное время, в результате осязаемых или неосязаемых действий, направленных на получателя услуги или его имущество», — говорит тот же автор. [3].

В контексте теории ожидания, как и рациональности потребительского выбора важен и другой аспект этой проблемы. Суть ее в том, что каждый потребитель, приобретая услугу, имеет возможность оценить соотношение затраченных средств и эффекта реализованных ожиданий. Если ожидания оправдались, средства затрачены не зря. Трудность оценки затрат и полученного эффекта может возникнуть в результате вмешательства человеческого фактора.

Действия производителя услуг в момент их оказания способны заметно влиять на их качество, конечный полезный эффект его труда, не исключая тем самым риски неоправданных ожиданий. И напротив, эти ожидания потребителей услуг могут быть излишне завышенными.

В целом же истинную ценность потребительских услуг можно определить, исходя не только из качества обслуживания, способного в полной мере отвечать всем ожиданиям потребителей, но и стоимости оказанной услуги, а также времени, потраченного на оказание конкретной услуги, выраженное ее доступностью.

В результате такого подхода, оказание потребительских услуг рассматривается автором через систему взаимосвязанных элементов: стоимости (цена), качества (полезный эффект), доступности услуг. В этой триаде заключается базовый посыл их целевого предназначения, что отражено автором в соответствующей модели (рисунок 1.).

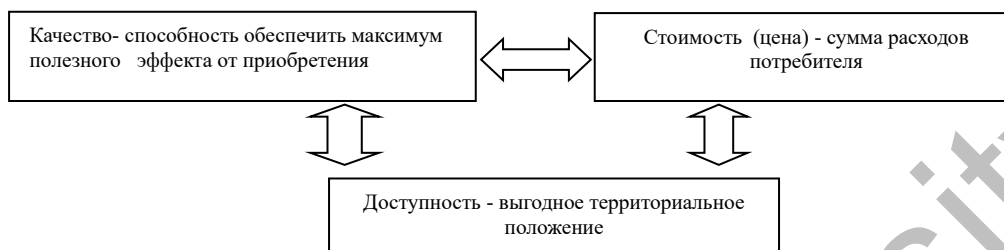


Рисунок 1- Содержательная модель целевого предназначения потребительских услуг
Примечание - составлено автором по источнику [4].

В связи с этим цена является своеобразным барометром рыночной конъюнктуры на рынке потребительских услуг, отражая объем и динамику спроса и предложения, уровень конкуренции в отрасли. Категория качества любого материального блага, а тем более услуги, не сводится к отдельным свойствам.

Доступность услуг в представленной модели находит отражение в территориальном расположении объектов обслуживания по отношению к потребителям. Возможность приобретать необходимые услуги в радиусе пешеходной доступности для населения свидетельствует о высоком уровне комфортности получения той или иной услуги, всего комплекса предоставляемых услуг.

Литература

- 1 Указ Президента Республики Казахстан. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2025 года: утв. 15 февраля 2018 года, № 636 // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1800000636>. 11.07.2019.
- 2 Указ Президента Республики Казахстан. Концепция по вхождению Казахстана в число 30-ти самых развитых государств мира: утв. 17 января 2014 года, № 732 // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1400000732>. 11.07.2019.
3. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. М.: ИД «Вильямс», 2005.
4. Бурменко Т.Д., Далиленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг. Экономика: учеб. пособие. – М.: КНОРУС, 2007. – 328 с.

Сағынтай Ж.Е., 4 курс (Қарағанды Бөкетов университеті)

Ғылыми жетекші - Менеджмент кафедрасының профессоры Мамбетова С.Ш.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ МЕМЛЕКЕТТІК КАДРЛАРЫН БАСҚАРУ ҰЙЫМДАРЫН ЖЕТІЛДІРУ

Қазақстан Республикасында мемлекеттік кадрларды басқару ұйымдарын жетілдіру - мемлекеттік аппаратта адами капиталды тиімді басқаруға бағытталған маңызды стратегиялық міндет болып табылады. Қазіргі заманғы мемлекеттік қызметті тиімді ұйымдастырудың теориялық негіздері, ең алдымен, оның қалыптасуы мен дамуы саласындағы білім жүйесі негізінде әлеуметтік құбылыс ретінде қарастырылуы қажет. Көптеген елдерде мемлекеттік