КОНЦЕПТ
научно-методический электронный журнал
ART 14215 УДК 338.4
Черевичко Т. В. Интерактивность предприятий сервиса как условие развития сервис-индустриальной экономики // Концепт. – 2014. – № 08 (август). – ART 14215. – 0,4 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14215.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

Черевичко Татьяна Викторовна,
доктор экономических наук, профессор, директор Института истории и международных отношений ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского», г. Саратов
cherevichko@inbox.ru

Интерактивность предприятий сервиса как условие развития сервис-индустриальной экономики

Аннотация. *В статье рассматриваются особенности сервис-индустриальной экономики. Основным условием данного типа экономики является интерактивность предприятий сервиса. Автор выявляет ряд тенденций институционализации сервис-индустриальной экономики, отражающих развитие интерактивных отношений.*
Ключевые слова*: сервис-индустриальная экономика, интерактивность, глобализация, сфера услуг, индустриализация.*
Раздел: *(04) экономика.*

Доминирующие тенденции мирового экономического развития в определенной мере обусловлены глобализацией и формированием информационной экономики. Эти тенденции развития затронули и сферу услуг.

В современной экономике существует более 600 видов различных услуг. В начале XXI в. доля услуг в структуре ВВП приблизилась в большинстве развитых стран к 70–80%. Так, данный показатель в Великобритании составляет 73,4%, во Франции – 70,6%, в Норвегии – 73,0%, в США – 80,0 [1].

Среди общих тенденций развития сферы услуг, характерных для большинства развитых стран, следует выделить:

– рост оборота и прибыли предприятий сервиса, а также увеличение заработной платы занятых на этих предприятиях;
– быстрое развитие оптовой и розничной торговли, предприятий общественного питания, транспортных предприятий, услуг связи и финансовой сферы;
– сочетание государственных и частных предприятий в сфере услуг;
– активизация инвестиционной и инновационной активности предприятий по оказанию услуг;
– возрастание спроса на новые виды услуг;
– активное развитие сектора деловых услуг;
– приоритет социальных аспектов в развитии сферы услуг.

В настоящее время можно говорить о сложившейся, в определенной степени, сервис-индустриальной экономике. В самом общем виде данная экономика отражает процесс интеграции секторов материального производства и услуг. Появление данного вида экономики обусловлено рядом причин, в качестве основных можно назвать следующие:

– во-первых, действие закона повышения потребностей, который выражает изменение запросов людей в связи с изменением уровня общественного развития. Потребности являются основным стимулом развития производства услуг. С углублением общественного разделения труда изменяется соотношение свободного и рабочего времени, соотношение трудовой и досуговой деятельности. Увеличение объема свободного времени и повышение доли доходов населения ведет к изменению структуры его потребления нематериальных благ и услуг;
– во-вторых, потребности в развитии услуг выходят за рамки сугубо экономических: процесс гуманизации экономического роста сопровождается расширением

Черевичко Т. В. Интерактивность предприятий сервиса как условие развития сервис-индустриальной экономики // Концепт. – 2014. – № 08 (август). – ART 14215. – 0,4 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14215.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

комплекса услуг, направленных на совершенствование самого человека, его интеллектуальных и физических возможностей, удовлетворение его культурных, духовных и социальных запросов;

– в-третьих, усиливающаяся интеграция материальных и нематериальных элементов производства. Границы между индустриальной сферой и сферой услуг становятся подвижными, происходит взаимное проникновение одной сферы в другую. Потребление услуг незаметно меняет потребление многочисленных физических продуктов. Этот процесс находит отражение в интеграции предложения физических продуктов и услуг. В сфере услуг происходит противоположный процесс: вместе с приобретением услуги приобретаются и определенные физические продукты. Кроме того, в промышленном производстве существует различный уровень специализации внутрипроизводственных услуг. Наряду с услугами, оказываемыми для собственных нужд, возникает необходимость оказания услуг другим предприятиям. Доля таких услуг возрастает при выполнении информационных, образовательных и других видов деятельности;

– в-четвертых, конкурентоспособность страны в глобальной экономике в значительной степени зависит от человеческого фактора, что обусловлено изменениями в характере экономического роста. Основным источником экономического роста становится научное знание и человеческий потенциал.

Для сервис-индустриальной экономики характерны следующие тенденции: «экстернализация» услуг; индивидуализация и социальная интеграция потребителей; диверсификация отраслей услуг; повышение качества услуг и их возрастающая дифференциация; территориальная специфика производства и оказания услуг; усиление роли наукоемких отраслей услуг; интенсивный рост международной торговли услугами; расширение интерактивности предприятий сервиса.

На последней тенденции хотелось бы остановиться подробнее, так как интерактивность предприятий сервиса – это результат влияния информационных технологий на хозяйственную деятельность предприятий.

Интерактивность – это способность реагирования киберпространственной системы на любые изменения в реально существующей социально-экономической системе.

Интерактивность – основа Интернета, она предопределяет развитие Сети как новой среды для деятельности, работы, общения и даже существования. Интерактивность приобретает в настоящее время все большее значение, причем не только сугубо в информационной сфере, но и во всех остальных экономических отраслях деятельности, в том числе и сервисной. Интерактивность в сервисной деятельности максимально облегчает прямую и обратную связь сервисных институциональных структур, в частности сервисных предприятий с потребителями, с целью более точного определения их реакции на предложение услуг, на инновации производителей сервисных услуг, рекламу, что позволяет быстро осуществить оценку их эффективности.

На наш взгляд, интерактивность сервисных предприятий следует рассматривать как новую форму функционирования, взаимодействия институциональных структур в условиях развития сервис-индустриальной экономики.

Интерактивное взаимодействие между структурами представляет собой систему многообразных связей, отношений, возникающих между сервисными предприятиями, домохозяйствами (потребителями), государственными структурами при использовании современных высоких технологий, обеспечивающих коммуникации в режиме реального времени.

Черевичко Т. В. Интерактивность предприятий сервиса как условие развития сервис-индустриальной экономики // Концепт. – 2014. – № 08 (август). – ART 14215. – 0,4 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14215.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

Интерактивность ближе всего к понятию «виртуальность», но они не тождественны. Виртуальность – искусственно созданное электронное пространство. Интерактивность же представляет собой способ взаимодействия субъектов сервисной деятельности посредством данного пространства. Это взаимодействие может быть разделено в пространстве и времени. Его участниками могут быть практически любые сервисные институциональные структуры на национальном и глобальном рынках услуг.

Таким образом, интерактивность, с нашей точки зрения, представляет собой универсальный способ установления любых, в том числе сервисных предпринимательских связей через глобальное информационное пространство посредством современных информационных технологий.

Интерактивность предполагает доступность для всех участников рынка услуг информации и информационных технологий, всеобщность, универсальность, многоканальность, регулярность, наличие прямых и обратных связей, высокую скорость операций по реализации продукта предприятий сервиса. Интерактивность как новая форма функционирования сервисных институциональных структур изменяет границы их экономической деятельности, ее формы и методы, внутренние нормы и правила хозяйствования.

Интерактивность предполагает наличие современных информационных технологий, создание единого сервисного информационного пространства, формирование интерактивных инфраструктур.

Сервис-индустриальная экономика основывается на рынке информационной техники и технологий. Развитие рынка современных информационных технологий ведет к формированию единого сервисного информационного пространства. И это не случайно. Каждое сервисное предприятие, каждый потребитель находит свою «нишу» в нем и формирует свою сеть интерактивных связей. С развитием интерактивных связей изменяются нормы хозяйственной деятельности, у фирм и потребителей (домохозяйств) появляются новые культурные и человеческие ценности, формируется новая система норм и правил. Так, становится общепризнанной нормой не элементарная компьютерная грамотность субъектов, а знание современных информационных технологий на должном уровне и постоянное его совершенствование. В развитых странах более 50% домохозяйств (потребителей) интерактивно взаимодействуют с другими экономическими субъектами.

В связи с этим особый интерес вызывают данные о распространении персональных компьютеров. Статистика утверждает: к концу 2013 г. количество пользователей Интернета в мире составило 2,7 млрд человек. Почти половина интернет-пользователей приходится на азиатские страны. Только в Китае веб-аудитория составляет более 600 млн человек.

По количеству пользователей Интернета Россия в 2012 г. вышла на первое место в Европе, которое ранее занимала Германия, и на шестое место в мире.

По прогнозу Международного союза электросвязи (МСЭ), к концу 2014 г. Интернетом будут пользоваться 3 млрд человек, или 42,3% населения планеты (все население Земли на 01.01.2014 г. составляет 7,138 млрд человек) [2].

Предприятия сервиса, потребители и занимающиеся предпринимательством государственные структуры объективно становятся полноправными участниками рынка современных технологий в качестве производителей информационных благ и их потребителей. Это становится неотъемлемым условием организации сервисной деятельности на рынке производства услуг.

КОНЦЕПТ
научно-методический электронный журнал
ART 14215 УДК 338.4
Черевичко Т. В. Интерактивность предприятий сервиса как условие развития сервис-индустриальной экономики // Концепт. – 2014. – № 08 (август). – ART 14215. – 0,4 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14215.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

Сервисно-индустриальная экономика, с одной стороны, расширяет пространственное и временное поле деятельности сервисных структур реального сектора экономики за счет создания новых информационных услуг. С другой стороны, формирует новый сектор экономики – виртуальный, в котором реально существующие предприятия сервиса и потребители интерактивно взаимодействуют между собой (система электронных платежей) или через интерактивного посредника (Интернет, виртуальный магазин или офис).

Следует отметить, что сегодня к Интернету уже подключено 10 млрд устройств («вещей»). В течение 10 следующих лет прибыль коммерческих компаний может составить 14,4 трлн долларов.

За одну минуту в мировом Интернете Google обрабатывает 2 млн поисковых запросов; сервис YouTube показывает 1,3 млн видеороликов; онлайн-гипермаркет Amazon совершает продаж на сумму 83 тыс. долларов; в социальной сети Facebook 277 тыс. пользователей посещаются 6 млн страниц.

Каждый месяц видеохостинг YouTube посещает более миллиарда человек [3].

Традиционная система хозяйственных связей предусматривала взаимоотношение предприятий сервиса и потребителей в реальном экономическом пространстве, без виртуального посредника. Эти связи устанавливались при непосредственном контакте и укладывались в схему «предприятие – потребитель» или «фирма – фирма». Наличие интерактивных связей предполагает иную схему взаимодействия посредством системы Интернет, через его интерактивные структуры.

Существует множество интерактивных структур, позволяющих осуществлять хозяйственные связи в современном бизнесе. Основные интерактивные структуры представлены интернет-каталогами, магазинами, бизнес-каналами, виртуальными офисами.

Интернет-каталоги, магазины необходимы для организации коммерческих обменов на базе соответствующих ресурсов Интернета, они обеспечивают необходимые функции, связывая покупателей и продавцов услуг. Интерактивные магазины (каталоги) предоставляют услуги потребителю, дают ему возможность подготовить заказ и при желании оплатить его немедленно. Интернет-магазин со своей стороны имеет возможность выполнить заказ более оперативно и с меньшими затратами, что сокращает как внутренние, так и трансакционные издержки участников обмена услугами.

В качестве примера можно рассмотреть интерактивность туристского бизнеса. В определенной степени развитие Интернета меняет туристический бизнес, превращая его в особый вид электронной коммерции. Туристский продукт – наиболее запрашиваемый продукт через Интернет. Так, через Интернет получают около 68% информации о туристских путешествиях. В 2000 г. с помощью Интернета в мире бронировалось 3% путешествий, что в стоимостном выражении эквивалентно 7 млрд долларов. Среди различных сегментов тура наиболее часто резервируются авиабилеты (около 84%). В 2002 г. доля интернет-туров составила 8% в общем объеме реализации путешествий и достигла 20,2 млрд долларов.

Другой интерактивной структурой Интернета, развивающей туристскую электронную торговлю, являются бизнес-каналы. Существуют розничные или мелкооптовые каналы обмена (система B2C). Но основным рынком является оптовая торговля (система B2B). Участников обмена здесь меньше, но объем рынка на несколько порядков больше. Система B2B связана с межкорпоративными отношениями, с обменом на уровне компаний (производитель турпродукта – поставщик туристских ресурсов), а не потребителей, как в системе B2C.

Черевичко Т. В. Интерактивность предприятий сервиса как условие развития сервис-индустриальной экономики // Концепт. – 2014. – № 08 (август). – ART 14215. – 0,4 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14215.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

При розничных торговых отношениях основным критерием является удобство, при оптовой торговле – эффективность при меньших затратах. Так, исследования показали, что в основе мотивации обращения к интерактивным туристским фирмам на первом месте стоит удобство (78,4%), на втором – отсутствие давления при покупке путешествия (66,4%), затем – экономия времени (64,2%) и возможность получить информацию из первых рук (от производителя туристского продукта).

Электронная оптовая торговля туристскими услугами и ресурсами помогает сократить расходы туристских фирм несколькими путями. Она сокращает стоимость закупок, поскольку позволяет найти поставщика с самыми низкими ценами. Разместить заказ в Интернете значительно дешевле, при этом сокращается вероятность ошибок при оформлении заказов и выставлении счетов.

К интерактивным структурам также относятся виртуальные офисы. Есть внешние бизнес-процессы, протекающие вне туристской фирмы, и есть внутренний бизнес-процесс, протекающий непосредственно в самой фирме, т. е. офисная деятельность.

Если деятельность туристской фирмы направлена исключительно на Интернет, то целесообразно и ее делопроизводство перевести в эту среду, создав виртуальный офис. При этом сотрудники фирмы имеют возможность выполнять свои служебные обязанности из любого для них места, даже из дома. Фирма в таком случае имеет возможность экономить на рабочих помещениях.

Следует отметить, что выгоды от информационных технологий проявляются в значительной мере в форме более высокого качества продукции, экономии времени и удобства, что редко находит свое отражение в официальных макроэкономических данных. Только микроэкономические исследования способны выявить такие выгоды, поскольку предприятия, чья продукция воплощает подобные нематериальные блага, получают более высокие доходы.

Помимо этого влияния информационных технологий на хозяйственную деятельность предприятий и домохозяйств отметим также и изменения в форме управления – переход от непосредственного управления субъектом объекта в едином реальном пространстве к управлению объектом через информационные системы, осуществляемому интерактивно. Здесь появляется возможность управлять деятельностью предприятия, находясь в другом городе, стране, практически из любой точки земли, где есть соответствующие информационные системы и связи.

С развитием интерактивных связей изменяются нормы хозяйственной деятельности предприятий и домохозяйств, появляются новые культурные и человеческие ценности, формируется иная система внутренних и внешних правил игры, институтов. Так, становится общепризнанной нормой не элементарная компьютерная грамотность субъектов, а знание современных информационных технологий на должном уровне и постоянное его совершенствование.

При всей позитивности развития интерактивных связей обращают на себя внимание и заставляют задуматься две составляющие этого процесса.

Во-первых, интерактивность ведет к усилению анонимности деятельности институциональных структур. Интерактивные фирмы как разновидность veb-фирм теряют принадлежность к стране, становятся наднациональными, т. е. глобальными, и для регулирования их деятельности необходимы иные нормы и установки. Институционализация их деятельности должна быть связана с принятием новых законов, нормативных актов, учитывающих интересы всех участников интерактивного пространства, и являться результатом совместных усилий различных государств и их сообществ. Во-вторых, возникают проблемы с реальным налогообложением интерактивных структур и сделок.

КОНЦЕПТ
научно-методический электронный журнал
ART 14215 УДК 338.4
Черевичко Т. В. Интерактивность предприятий сервиса как условие развития сервис-индустриальной экономики // Концепт. – 2014. – № 08 (август). – ART 14215. – 0,4 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14215.htm. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

Под влиянием информатизации происходят сервисно-индустриальные изменения существующих институтов и институционализация экономической системы в целом. Процессы эти столь многообразны и противоречивы, что сложно выделить одну траекторию их изменений и развития.

Мы исходим из наличия ряда тенденций. С одной стороны, происходит усложнение существующих институтов в связи с информатизацией сервисно-индустриальной экономики, появляются новые институциональные структуры – veb-фирмы, электронные биржи. С другой стороны, на основе сближения, интеграции институциональных структур происходит универсализация присущих им институтов, в известной степени их упрощение, упразднение отдельных элементов, функций и смещение полюсов активности. Это проявляется в наличии в каждой хозяйствующей структуре информационного центра, интерактивности хозяйственных связей, общих моделей организации бизнеса. Институциональные структуры становятся более прозрачны, доступны для внешних агентов.

Таким образом, сервис-индустриальная экономика в своем развитии опирается на современные тенденции интерактивности и институционализации деятельности предприятий сервиса.

Ссылки на источники

1. Устинов М. Мировая торговля. – М., 2003. – С. 27–28.
2. URL: www.bizhit (дата просмотра 06.06.2014).
3. Там же.

Tatyana Cherevichko,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Headmistrees of the Institute of History and International Affairs, Saratov State University, Saratov
cherevichko@inbox.ru

ISSN 2304-120X
08
9 772304 120142

Interactivity service enterprises as a condition of development service-industrial economy

Abstract. The author considers the features of the service-industrial economy. The main condition of this type of economy is an interactive service of enterprises. The author identifies the number of trends of service-industrial economy, reflecting the development of online relationships.

Key words: service-industrial economy, interactivity, globalization, service industry, industrialization.

References

1. Ustinov, M. (2003) *Mirovaja,* Moscow, pp. 27–28 (in Russian).
2. Available at: www.bizhit (data prosmotra 06.06.2014) (in Russian)..
3. Ibid.

Рекомендовано к публикации:
Зиновкиной М. М., доктором педагогических наук, профессором, членом редакционной коллегии журнала «Концепт»