

ОБЗОР ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ИЗУЧЕНИЯ ФАКТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Д.В. Шушарин¹

¹Балтийская академия туризма и предпринимательства,
г. Санкт-Петербург, Россия

В статье рассматривается проблема изучения факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятий сферы услуг. В качестве базовых отраслей сфер услуг были выбраны торговля, туризм и гостиничное дело. На примере обзора отечественной литературы будет доказано наличие многообразия факторов и подходов к их изучению, а также необходимость в унификации подходов к исследованиям в данной области.

Ключевые слова: предприятия сферы услуг; понятие эффективности организаций; факторы роста; многофакторный статистический анализ.

Проблема изучения факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятий сферы услуг может рассматриваться в рамках различных аспектов. Прежде всего стоит отметить тот факт, что сфера услуг не ограничивается определенными отраслевыми рамками, сюда можно отнести торговлю, туризм, гостиничное дело как крупнейшие области и др. Перечисленные сферы услуг имеют уникальные особенности, что, предположительно, делает невозможным разработку универсальных моделей по изучению факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятий. Например, торговля в большей степени удовлетворяет естественные потребности человека первого уровня (если обратиться к мотивационным теориям), в то время как туризм следует отнести к потребности духовной (более высшего порядка, т.е. не первой необходимости). Следовательно, можно предположить, что факторы, влияющие на эффективность предприятий сферы торговли и туризма (в т.ч. гостиничного дела) будут несоответствовать ввиду различия установок целевой аудитории, при этом их совокупное количество будет больше для сферы туризма, нежели для сферы торговли.

Сам термин «эффективность» также требует уточнения и должен быть релевантным каждому исследованию, в котором он используется. Критерии эффективности могут различаться не только в межотраслевом разрезе, но и внутри отрасли. В любой отрасли сферы услуг можно использовать в качестве базовых экономический подход (соотношение прибыли и затрат), либо/и результативный подход (разработка и отслеживание ключевых показателей эффективности). Но данные методики не дадут понимания, почему происходит отток посетителей, какие потребности у целевой

аудитории, так как они характеризуют внутреннюю среду компаний. Внешняя среда многообразна и факторы, влияющие на деятельность предприятий сферы услуг, постоянно меняются, что требует от данных организаций проведения постоянного мониторинга внешней и внутренней среды с использованием различных методов. Отсюда следует вывод, что при анализе нужно учитывать внутренние и внешние факторы, в выделении которых считается возможным использовать такие инструменты, как SWOT и PEST анализ.

Объектом подобных исследований выступают услуги, уникальность которых заключается в следующем:

- услуги, в отличие от товаров, неосвязаемы;
- услуги неотделимы от их источника;
- услуги не обладают постоянством качества;
- услуги не сохраняются во времени.

Для доказательства многообразия факторов эффективности, а также их отраслевых различий, необходимо изучить актуальные исследования отечественных авторов. В работе Медведевой Е.В. «Методика оценки эффективности предприятий сферы услуг» [4] рассматриваются основные факторы, влияющие на эффективность гостиничного бизнеса. Автор в своей работе отмечает «большую сегментацию и фрагментарность рынка гостиничных услуг» [4, с. 730], а также, что «на сферу гостиничных услуг приходится до 65% занятых в туризме и 68% поступлений от туризма», что доказывает необходимость выделения гостиничного дела от туризма в целом [4, с. 730]. В качестве внутренних факторов эффективности Медведева Е.В. перечисляет «надежность поставщиков, наличие клиентской базы, участие в общественных и государственных программах, текучесть кадров, число жалоб от клиентов» [1, с. 736]. К внешним факторам отнесены (использованы в многофакторном статистическом анализе): «изменения курса иностранных валют, доля потенциального количества потребителей от общего числа, доля затрат на рекламу по отношению к остальным затратам, изменение средней заработной платы в регионе».

Далее рассмотрим основные факторы в сфере торговли. Андреева Е.А. в своем исследовании указывает, что для подобных предприятий главенствующим условием выступает расположение объектов торговли [1]. К внешним факторам автор относит преимущественно характеристики населения: «численность, состав, потребительское поведение, плотность и мобильность населения, средний размер и возраст населения, а также среднедушевой доход» [1]. Также автор выделяет т.н. факторы, «определяющие предложение на локальных рынках» [2] - средняя торговая площадь в расчете на одного покупателя, темпы роста количества предприятий, а также уровень конкуренции. С точки зрения потребителей важными характеристиками будут размер и специализация торговой точки, доступность магазина и его ассортимент.

В диссертации автора Дроздова А.Г. «Методические основы размещения предприятий сферы услуг в мегаполисе» сфера услуг исследуются полностью на примере Санкт-Петербурга – используются данные Федеральной службы государственной статистики по количеству предприятий в различных районах мегаполиса, после чего выявлялись территории со слабым покрытием подобными предприятиями [2]. В качестве основных факторов, влияющих на эффективность деятельности организаций в сфере услуг в целом, исследователем были выделены:

- Социально-демографические характеристики населения;
- Экономические, экологические и технические.

Курдюков С.И. в своей статье «Факторы, влияющие на размещение и эффективность деятельности предприятий сферы услуг» выделяет такие группы факторов, как «демографические, природные, социально-экономические, исторические, в т.ч. особенности потребления и расселения» [3]. Исследование данного автора преимущественно затрагивает аспекты торговли – подробно изучены и рассмотрены соотношения розничных и сетевых магазинов в регионах страны, а также внутренние региональные особенности, которые повлияли на тот или иной формат развития объектов торговли в регионе России.

По итогам проведенного обзора актуальных исследований отечественных авторов по вопросу факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятий сферы услуг, следует сделать вывод о том, что подходы и выборки исследований существенно различаются, при этом аналитику проводят с помощью как качественных, так и количественных методов. Большинство авторов предлагают обширные теоретические модели по совокупности факторов, влияющих на эффективность организаций, практическая часть сводится к анализу обобщенных статистических данных, либо перечислению рекомендаций по улучшению обстановки в сфере услуг выбранного исследователем региона.

В качестве общей совокупности факторов, которые следует универсально использовать в исследованиях, посвященных эффективности в сфере услуг, необходимо обозначить демографические и социально-экономические. К менее распространенным и упоминаемым следует отнести территориальные, объемные, исторические, природные, технические и экологические факторы. Перспективным направлением для исследований считается разработка универсальных моделей, ориентированных на бизнес, которые позволили бы в оперативном режиме отслеживать эффективность предприятий сферы услуг и принимать своевременные управленческие решения. Также можно использовать качественные методы для проведения апробации и получения обратной связи после экспериментального внедрения модели.

Список литературы

1. Андреева Е. С. Регулирование организации и территориального развития сети предприятий услуг розничной торговли крупного города. М., 2013.
2. Дроздов А. Г. Методические основы размещения предприятий сферы услуг в мегаполисе: автореф. дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / А. Г. Дроздов. СПб., 2007. 30 с
3. Курдюков С.И. Факторы, влияющие на размещение и эффективность деятельности предприятий сферы услуг // УЭКС. 2014. № 2.
4. Медведева Е.В. Методика оценки эффективности предприятий сферы услуг // Российский экономический интернет-журнал. -2009. - № 2. - С.730-738.

THE REVIEW OF RUSSIAN STUDIES ABOUT FACTORS, INFLUENCING ON SERVICE INDUSTRIES' EFFICIENCY

D.V. Shusharin¹

¹Baltic Academy of Tourism and Entrepreneurship, Saint-Petersburg, Russia

The article is dedicated to the problem of factors' investigation, which influence on service industries' efficiency. Commerce, tourism and hotel business were chosen as the basic sectors of the service industry. By the examples of Russian articles, the existence of a variety of factors and approaches will be proved, as well as the necessity for unification of approaches to research in this area.

Keywords: *service industries; term "effectiveness of organizations"; growth factors; multivariate statistical analysis.*

Об авторе:

ШУШАРИН Денис Вячеславович – аспирант I курса, Балтийская академия туризма и предпринимательства (Санкт-Петербург, ул. Петрозаводская, д. 13), e-mail: dvshusharin@yandex.ru

About the authors:

SHUSHARIN Denis Vyacheslavovich – first-year graduate student, Baltic Academy of Tourism and Entrepreneurship (13, Petrozavodskaya st., Saint-Petersburg, 197110), e-mail: dvshusharin@yandex.ru