

Научная статья

УДК 008

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2022-4/121-128>

Проблемы и перспективы образования в сфере сервиса

Коноплева Нина Алексеевна

Клочко Инна Леонидовна

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

Кучеренко Анастасия Леонидовна

Санкт-Петербургский государственный университет

Санкт-Петербург. Россия

***Аннотация.** Статья посвящена проблематике определения сервиса, сервисной деятельности и сложностей в организации образования в области профессиональных знаний и формировании компетентности обучающихся. Рассматриваются проблемы, возникающие в сфере сервисного образования в целом и социокультурного сервиса в частности. Обосновываются перспективы сервисного образования, обусловленные развитием постиндустриальной экономики, трансформацией занятости, появлением и ростом новых сфер занятости (рост числа тех, кто занят не физическим трудом, офисные специалисты, работники сферы продаж, технического обслуживания, руководители, специалисты квалифицированного труда, их заместители и персонал, обслуживающий их деятельность), а также особенностями постиндустриального общества, характеризующимися сменой аграрной экономики на индустриальную, демонстрирующей рост третичного сектора экономики, его дифференциацию и сервисизацию, появление новых сегментов – четвертичного (информационные, телекоммуникационные, научно-исследовательские услуги), пятеричного сектора (высокоинтеллектуальный и креативный труд). Отмечено, что в современном сервисе одно из решающих значений для успешного профессионала имеет владение креативными технологиями, проектными видами деятельности. Обосновано, что для деятельности в сфере сервиса важен креативный тип человека, способный к нестандартному решению задач, умеющий быстро изменять стратегии деятельности, находить неожиданные выходы из неразрешимых, на первый взгляд, ситуаций и формировать новые, уникальные пути достижения поставленных перед ним целей.*

Ключевые слова: сектор услуг, сфера услуг, деятельность в сфере услуг, образование, проблемы, перспективы.

Для цитирования: Коноплева Н.А., Клочко И.Л., Кучеренко А.Л. Проблемы и перспективы образования в сфере сервиса // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2022. Т. 14, № 4. С. 121–128. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2022-4/121-128>.

© Коноплева Н.А., 2022

© Клочко И.Л., 2022

© Кучеренко А.Л., 2022

Modern education

Original article

Problems and Perspectives of Service Sector Education

Nina A. Konopleva

Inna L. Klochko

Vladivostok State University

Vladivostok, Russia

Anastasiya L. Kucherenko

Saint Petersburg State University

Saint Petersburg, Russia

Abstract. *The article discusses some issues of service sector education in general and in sociocultural service in particular. The authors explain the definition of the service sphere and service activities and point certain difficulties concerning management of service sector education and developing students' professional competence. The article reveals the service sector education perspectives. They are determined by the development of postindustrial economy, characterized by the shift from the agrarian economy to the industrial one, which demonstrates the growth of the tertiary economy sector, its differentiation, and the service sector growth alongside the emergence of some new segments, such as a quaternary one (information, telecommunication, research services) and the quinary sector (highly intellectual and creative work). Besides, some peculiarities of postindustrial society are obvious: the employment transformation and the emergence of new employment areas (increasing number of people not engaged in physical labor, e.g. office staff, sales specialists, technical service workers, top managers and other qualified professionals). It is noted that one of the crucial values for a successful professional in a modern service sector is the mastering of creative technologies and project activities. The article proves that the service sector requires a creative type of a person, who is capable of nonstandard problem-solving, quick changing business strategies, finding unexpected ways out of seemingly unsolvable situations, and adopting new and unique methods to achieve goals.*

Keywords: *service sector, service, service activity, education, problems, prospective.*

For citation: *Konopleva N.A., Klochko I.L., Kucherenko A.L. Problems and prospects of education in the field of service // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University. 2022. Vol. 14, № 4. P. 121–128. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2022-4/121-128>.*

Введение

Актуальность данного исследования заключается в том, что подготовка профессионалов в сфере сервиса имеет ряд проблем, обусловленных терминологическими противоречиями в определении и понимании сущности дефиниции *сервис*.

Так, для специалистов информационных технологий этот термин (от англ. *service* – служба) обозначает данные технологий и может быть соотнесен с электронной почтой, системами хранения данных, созданием и поддержанием бизнес-приложений, бизнес-функций и пользователей. При этом используется как переведенный термин (служба), так и транслитерированный (сервис).

В свою очередь специалисты сервисной деятельности, как российские, так и зарубежные, до настоящего времени не имеют единого четкого определения

данного термина, как и единого понимания сущности этого феномена. Данное положение дел обусловлено рядом факторов, в частности тем, что О.Я. Гойхман, Э.Н. Евстафьев, А.Ф. Мишанков, Т.А. Фролова, В.Ф. Янченко и другие авторы считают, что сервис – это деятельность отдельного субъекта или организаций в целом; деятельность, направленная на удовлетворение потребностей индивидов или предприятий, осуществляемая путем предоставления услуг. Л.И. Донскова рассматривает сервис как многоаспектный феномен, направленный не только на удовлетворение потребностей индивида и решение его проблем, но и на рост качества его жизнедеятельности и трудоспособностей [4, 5, 7, 15].

Г.А. Аванесова, М.С. Дорош, А.В. Ребенок, Е.Ю. Сахно, Д. Шоул связывают данный термин с *качественностью, квалифицированностью обслуживания*, его культурой, достижением конкурентоспособности организации и результативности деятельности. Причем дефиницию *сервис* соотносят преимущественно с созданием каких-либо материальных предметов или технических новшеств. В подготовке же персонала для сервисной деятельности указанные авторы особое внимание уделяют качеству и профессионализму в обслуживании, организации оптимального приобретения товаров и их экономически выгодной эксплуатации [1, 11, 16].

Ф. Котлер в своих работах использует термин не *сервис*, а *услуга*, понимая под ней мероприятие, предоставляемое одной стороной другой стороне; мероприятие, не приводящее к овладению чем-либо осязаемым.

В свою очередь процесс оказания услуг является многосторонней специфичной сферой деятельности, в которой осуществляется взаимодействие производителя услуг, их продавца и потребителя.

Основная часть

Своеобразие характеристик услуг, их неосязаемость, несохраняемость, возникновение лишь в процессе непосредственного предоставления потребителю требуют от будущего профессионала компетентности в коммуникациях с потребителями, умений в ведении переговоров с ними, навыков в определении их типологических особенностей и понимании психологического своеобразия, знаний принципов качественности обслуживания, проведения презентаций и проч. Эти особенности сферы услуг обуславливают рост требований к широте и глубине знаний и умений выпускников, необходимость формирования навыков в практической деятельности в сфере сервиса в процессе обучения.

На вышеуказанные характеристики услуг опираются К. Меллер и П. Хагедаль, обосновывая трудности в едином определении дефиниции *сервис*. Они полагают, что сервис трудно описать, так как он не измерим и не стандартизуем, относится преимущественно к сфере чувств индивида; его невозможно продемонстрировать потребителям; он по-разному воспринимается ими, даже будучи одним и тем же, но зависимым от их настроения в каждый конкретный момент времени [6].

Не менее значимая проблема в подготовке профессионалов сервиса обусловлена тем, что сфера сервиса является чрезвычайно масштабной областью

экономики, имеющей ряд крупных направлений, множество разновидностей и групп, труд в которых значительно различается по своим требованиям к знаниям и способностям профессионалов. В результате студенты первых курсов, не понимая, где они будут работать после окончания вуза, плохо мотивированы к обучению. Определенное влияние на сложности образовательного процесса оказывают трудности в решении вопроса о границах сферы сервиса, что требует не только глубины в приобретении выпускниками соответствующих компетенций, но и широты их практических навыков и умений в различных областях. Кроме того, необходимость этого обусловлена и тем, что оказание какой-либо услуги часто дополняется предоставлением сопутствующих услуг. Данное положение дел ярко может быть продемонстрировано в сфере туристского сервиса. Так, предоставление турпродукта предполагает оказание страхового, банковского, финансового, авиационного, анимационного и других видов сервиса. Таким образом, причиной сложности обучения профессионалов сервисной деятельности является необходимость подготовки выпускников к возможности деятельности в различных областях сервиса и формирования у них стремления к расширению знаний и практических навыков с учетом масштабности сервиса и необходимости предоставления потребителю дополнительных услуг.

Следующей причиной сложностей подготовки профессионалов сферы сервиса является не только масштабность данной деятельности, но и подвижность ее границ, необходимость ее постоянного развития и совершенствования. При этом объектами деятельности бакалавров сервиса становятся потребности не только индивидуальных потребителей, но и корпоративных клиентов. В результате выпускники должны приобрести компетенции производственно-технологической, организационно-управленческой и, прежде всего, сервисной деятельности. При этом сложности в системе подготовки бакалавров сервиса возникают уже на начальном этапе образовательной деятельности – на этапе набора абитуриентов, что обусловлено многообразием видов сервиса, сложностью, многоаспектностью их структуры, отсутствием единого понимания термина *сервис* не только у абитуриентов и их родителей, но и у профессорско-преподавательского состава вуза, не занимающегося непосредственной подготовкой выпускников направления 43.00.01. Родители, а тем более абитуриенты, не знают специфику деятельности в данной профессиональной сфере и не понимают возможных перспектив после получения подобного образования. В свою очередь не все преподаватели, занимающиеся набором, способны убедительно обосновать эти перспективы.

Если обратиться непосредственно к социокультурному сервису, то здесь также имеются причины проблем в сервисном образовании, обусловленные тем, что исторически в российской научной мысли к этой сфере относили множество видов деятельности по обслуживанию человека (спортивно-оздоровительные, парикмахерские и косметические, медицинские и санитарно-гигиенические услуги), а также по удовлетворению различных личностных потребностей (культу-

турные, образовательные, информационные, туристские услуги). Вместе с тем до настоящего времени в науке нет единой классификации социокультурных услуг. Тем не менее сегодня социокультурный сервис определяют как систему формирования, предоставления и потребления услуг образования, культуры, здравоохранения, спорта и туризма [10, с. 18]. Кроме того, к данному виду услуг относят коммунально-бытовые, частично медицинские и транспортные, информационные (банковские услуги, услуги телекоммуникаций и связи, консультационные и досуговые услуги) [2].

Перспективность сервисного образования обусловлена прежде всего широкими возможностями для трудоустройства выпускников, трансформацией занятости, появлением и ростом новых сфер занятости (рост числа тех, кто занят не физическим трудом, офисные специалисты, работники сферы продаж, технического обслуживания, руководители, специалисты квалифицированного труда, их заместители и персонал, обслуживающий их деятельность), а также особенностями постиндустриальной экономики, характеризующейся сменой аграрной экономики на индустриальную, демонстрирующей рост третичного сектора экономики, его дифференциацию и сервисизацию, появление новых сегментов – четвертичного (информационные, телекоммуникационные, научно-исследовательские услуги), пятеричного сектора (высокоинтеллектуальный и креативный труд).

Заключение

Таким образом, важным качеством образования в сфере сервиса является формирование у выпускников креативности, то есть способности к творческому решению поставленных перед ними целей и задач, нестандартным подходам, формированию уникальных путей и преобразований в любой сервисной сфере деятельности, использованию креативных идей, необычных ассоциаций, приемов мышления и других креативных технологий. Развитие будущего профессионала сервиса в этом контексте требует постоянной корректировки учебных планов и разработки профилей обучения бакалавров сервиса с учетом требований изменяющейся государственной экономики, культуры, региональных особенностей.

Деятельность в сфере сервиса будет организована на высоком профессиональном уровне, если это направление подготовки выберет абитуриент с такими личностными качествами, как: открытость, коммуникабельность, толерантность, умение находить общий язык с потребителем, стрессоустойчивость, способность к быстрому нахождению выходов из конфликтных ситуаций, ответственность, креативность; если во время учебы он приобретет компетенции для решения задач не только в сервисном, но и организационно-управленческом, проектно-технологическом, исследовательском видах деятельности.

Для будущего профессионала важна потребность в постоянном самосовершенствовании, так как сервис развивается соответственно изменениям потребностной сферы, установок клиентов, экономической динамики рынка, информационных технологий. Профессионал должен быть готов к постоянному получе-

11. Сахно Е.Ю., Дорош М.С., Ребенок А.В. Менеджмент сервиса: теория и практика: учебное пособие. Киев: Центр учебной литературы, 2010. 328 с.
12. Сервис и туризм: словарь-справочник / под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана. Москва: Альфа-М, 2008. 432 с.
13. Торшина К.А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии // Вопросы психологии. 1998. № 4. С. 123–133.
14. Хорева Л.В. Современный этап постиндустриального развития общества // Общество, экономика, туризм: сб. научных трудов. Санкт-Петербург, 2005. С. 5.
15. Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010. URL: http://www.aup.ru/books/m204/1_1.htm.
16. Шоул Д. Первокласный сервис как конкурентное преимущество: пер. с англ. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. 338 с.

References

1. Avanesova G.A. Service activity: historical and modern practice, entrepreneurship, management: a textbook for university students. Moscow: Aspect Press; 2006. 320 p.
2. Asanova E.S., Krynina O.Yu. Social and cultural service of modern Russia: genesis and development trends. *Bulletin of the Adygea state. Un-ta. Series 1: Regional Studies: Philosophy, History, Sociology, Jurisprudence, Political Science, Cultural Studies*. 2010; (355). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-kulturnyy-strvis-sovremennoy-rossii-genezis>
3. Goikhman O.Ya. On the issue of service sphere terminology formation. *Theoretical and applied problems of the service*. 2007; (1): 31–34.
4. Grigoryan A.L. On the way to a new economy: concept innovative development of Russia. *State and society*. Moscow; 2005. P. 82–85.
5. Evstafiev E.N. Materials of lectures on the economics of service. URL: <http://www.bing.com/search? = Eustafiev + E. + N. + materials + lectures + to + economics + service & form = ARMCS1>.
6. Meller K., Hagedal P. Man First: High quality service through personal development. Moscow: TMI; 1987. 150 p.
7. Mishankov A.F. Methodological aspects of formation modern service market. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-aspekty-formirovaniya-sovremennogo-rynka-uslug>.
8. Kotler F. Marketing fundamentals. Moscow: Business Book; 1995. 699 p.
9. Kotler F. Kotler Marketing: How to Create, Conquer, and Hold a Market. 4th ed. Moscow: Alpina Business Books; 2007. 294 p.
10. Orlov I.B. Sociocultural service at the modern stage. *Bulletin of MGUS*. 2007; (2): 16–19.
11. Sakhno E.Y., Dorosh M.S., Child A.V. Service Management: Theory and Practice: Textbook. Kyiv: Center for Educational Literature; 2010. 328 p.
12. Service and tourism: dictionary-reference book / ed. Yu.P. Sviridenko, O.Ya. Goikhman. Moscow: Alfa-M; 2008. 432 p.
13. Torshina K.A. Modern research on the problem creativity in foreign psychology. *Questions of psychology*. 1998; (4): 123–133.
14. Khoreva L.V. Modern stage of post-industrial development Society. *Society, economy, tourism: sat. scientific papers*. Saint Petersburg; 2005. P. 5.
15. Frolova T.A. Economics and management in the field of social and cultural service and tourism. Taganrog: TTI SFU; 2010. URL: http://www.aup.ru/books/m204/1_1.htm.
16. Shoul D. First-class service as a competitive advantage: per. From the English 2nd ed., Edited and added. Moscow: Alpina Business Books; 2008. 338 p.

Информация об авторах:

Коноплева Нина Алексеевна, д-р культурологии, профессор кафедры дизайна и технологий ВВГУ, г. Владивосток. E-mail: nika.Konopleva@gmail.com

Клочко Инна Леонидовна, канд. техн. наук, доцент, директор института креативных индустрий ВВГУ, г. Владивосток. E-mail: Inna.Klochko@vvsu.ru

Кучеренко Анастасия Леонидовна, канд. искусствоведения, старший преподаватель кафедры английского языка в сфере востоковедения и африканистики СПбГУ, г. Санкт-Петербург. E-mail: anasta_leon@mail.ru

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2022-4/121-128>

Дата поступления:
06.10.2022

Одобрена после рецензирования:
16.10.2022

Принята к публикации:
17.11.2022