

Зубченко Полина Андреевна

студентка

ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»

г. Тюмень, Тюменская область

ПРЕОДОЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В СФЕРЕ УСЛУГ

Аннотация: в статье исследуются теоретические предпосылки создания концепции антикризисного управления предприятием сферы услуг в современных социально-экономических условиях. Рассмотрены факторы, влияющие на разработку этой концепции.

Ключевые слова: сфера услуг, кризисные риски, антикризисное управление.

Россияне, ощутив на себе экономический кризис, начали отказываться от «необязательных услуг». Сфера услуг погрузилась в кризис глубже, чем отрасли реальной экономики. Непосредственный контакт с потребителем и сам процесс обслуживания обуславливают специфику сферы услуг и ее отличие от других отраслей экономики. Важным фактором является привязка к конкретному региону, его благосостоянию и уровню покупательской способности. Торговля, операции с недвижимостью, транспорт и связь, гостиницы и рестораны, салоны красоты и туристические фирмы оказались в непростой ситуации. В особенно сложной ситуации в настоящее время оказались российские компании, представляющие персональные и транспортные услуги, а также туризм. Помимо экономических факторов повлияло временное закрытие «Турции» и закрытие направления «Египет». Более устойчивые к кризисным ситуациям являются, те предприятия малого и среднего бизнеса, которые производят товары массового спроса и предоставляют населению услуги социально-ориентированного характера. На общем фоне благополучно выглядит страхование.

По результатам статистического обследования деловой активности в сфере услуг за 2016 г., представленных Росстатом, 30% руководителей сообщили о сокращении спроса своих услуг. Также определились факторы, ограничивающие деятельность предприятий, характерные для всех направлений сферы услуг:

недостаточный спрос на данный вид услуг, высокий уровень налогообложения, недостаток квалифицированного персонала. Имеют негативное значение и такие факторы, как недостаток финансовых ресурсов, высокий уровень арендной платы и конкуренции в отрасли, снижение платежеспособности потребителей. В группу специфических факторов входят низкая инвестиционная активность и зависимость от внутреннего спроса. Проведенные исследования показали, что высокий уровень налогообложения, высокие проценты ставки кредитования, недостаточный платежеспособный спрос и недостаток финансовых средств формируют группу основных факторов антикризисного управления в сфере торговых услуг.

Предприятия сферы услуг осуществляют деятельность в разных условиях конкурентной среды, имеют свой уникальный экономический потенциал, деловые связи, партнеров и пр. Соответственно, у каждого из них могут возникать свои специфические виды кризисных рисков и руководителю предприятия важно заранее выяснить, с какими вероятными трудностями ему придется столкнуться, подготовиться к негативным последствиям возможных внезапно возникающих ситуаций. Также важно своевременно определить причины и источники кризисных рисков, и на основе этого оперативно выявить механизм их проявления и последствий. Это позволит разработать конкретные антирисковые мероприятия для того, чтобы снизить опасность негативного воздействия риска на бизнес.

Особенности реализации антикризисных мероприятий в рамках концепции антикризисного управления на предприятиях в сфере услуг заключаются в следующем:

- 1) необходимо, по мере возможности придерживаться ранее провозглашенной рыночной стратегии;
- 2) необходимо более плотно и разнообразно контактировать с непосредственными потребителями услуг;
- 3) провести аттестацию персонала с целью отобрать наиболее подготовленных менеджеров для работы в условиях кризиса;

4) видоизменить систему оплаты услуг и организации по их предоставлению в сторону экономии соответствующих затрат;

5) разработать новую коммуникативную политику, направленную на расширение сегмента предоставляемых услуг, их качество.

В условиях современного рынка многие виды услуг (особенно по сбыту товаров и их эксплуатации) определяют конкурентные преимущества предприятия-продавца, создают благоприятную почву для дальнейшего завоевания рынка и расширения клиентской аудитории. Например, качественное обслуживание клиентов может способствовать их лояльному восприятию тех или иных негативных проявлений в деятельности фирмы, возникающих в результате наступления кризисной ситуации. В свою очередь, продуманный сбыт товаров и услуг с учетом своевременной сегментации потребительской аудитории обеспечивает предприятию стабильную прибыль. В связи с этим, задачами современного антикризисного управления предприятиями сферы услуг, является поддержание их стабильной устойчивости и рентабельности на долгосрочную перспективу.

Список литературы

1. Дроздов Г.Д. Модернизация сферы сервиса на основе Интернет-технологий. Проблемы современной экономики / Г.Д. Дроздов, В.А. Бабурин.

2. Бабурин В.А. Модернизация экономики и социальной сферы: Инновационно-маркетинговые подходы. Современные концепции и подходы к преодолению кризисов глобальной экономики.

3. Дроздов Г.Д. Факторы разработки концепции антикризисного управления предприятием сферы услуг / Г.Д. Дроздов, В.А. Бабурин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=5539> (дата обращения: 26.03.2018)