

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинская государственная академия культуры и искусств»
Культурологический факультет
Кафедра культурологии и социологии

Е. А. Андреев

СЕРВИСОЛОГИЯ

Учебное пособие
для студентов, обучающихся
по направлению подготовки 100100 «Сервис»

Челябинск

2014

УДК 338(073)
ББК 65.я43.73
А65

Утверждено на заседании кафедры культурологии и социологии (протокол № 3 от 28.10.2014) и на совете культурологического факультета (протокол № 3 от 17.11.2014)

Андреев, Е. А. Сервисология: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 100100 «Сервис» / Е. А. Андреев; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск, 2014. – 98 с.
ISBN 978-5-94839-479-4

Учебное пособие посвящено теоретическим трактовкам ключевых понятий сервисологии как науки. В работе автор рассматривает основных субъектов сервисной деятельности, понимание потребности и их классификацию в философском, социально-психологическом, экономическом и социальном аспектах. Также описаны структура и составные элементы социокультурного сервиса, технологии работы. Учебное пособие предназначено для студентов дневной и заочной форм обучения направления подготовки 100100 (43.03.01) «Сервис», успешной подготовки к экзамену по учебной дисциплине «Сервисология» и государственного междисциплинарного экзамена.

Печатается по решению редакционно-издательского совета академии

Учебное пособие

Евгений Александрович Андреев
СЕРВИСОЛОГИЯ
В авторской редакции

Подписано к печати 8.12. 2014. Формат 60 х 84/16. Объем 5,69 п. л.
Заказ № 1456. Тираж 100 экз.

Отпечатано в Челябинской государственной академии культуры и искусств. Ризограф.
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе 36а

© Андреев Е. А., 2014
© Челябинская государственная академия
культуры и искусств, 2014

ISBN 978-5-94839-479-4

Содержание

Введение.....	4
Глава 1. Сервисология: генезис, понятийный аппарат и структура курса	6
1.1. Методологические основания возникновения «Сервисологии» как учебной дисциплины	6
1.2. Понятийный аппарат курса «Сервисология»	11
1.3. Субъекты сервисной деятельности.	24
Список вопросов к главе 1	34
Список литературы к главе 1	35
Глава 2. Классификация потребностей в философском, экономическом, социальном и социально-психологическом аспектах	37
2.1. Понимание потребности и их классификация в философском аспекте	37
2.2. Классификация потребностей и способы их удовлетворения в экономике	49
2.3. Сущность и структура потребностей в социальной психологии	58
2.4. Социальное понимание потребностей	68
Список вопросов к главе 2	72
Список литературы к главе 2	73
Глава 3. Направления сервисной деятельности в социально-культурной сфере: классификация и типология	75
3.1 Сущность и классификация сервисной деятельности в социально-культурной сфере	75
3.2. Сервисная деятельность в рамках социально-культурной сферы	79
Список вопросов к главе 3	93
Список литературы к главе 3	93
Список рекомендуемой литературы	95

Введение

Современный мир невозможно представить без сферы сервиса. Среднестатистический житель города ежедневно пользуются общественным транспортом, услугами магазинов, такси, медицинскими услугами, мобильной связью, терминалами оплаты услуг, кабельным телевидением и мн. др. Более того, по мере роста городов и роста запросов населения услуги становятся все более разнообразными и сложными, однако, цикл жизни услуги также лавинообразно сокращается. Примером подобному утверждению может являться расширение и совершенствование сотовой связи – сегодня мы потребляем не просто услуги GSM, а используем весь комплекс: от формата 3G до мобильного Интернета и возможности публикации собственных фотографии и видеозаписей, фактически, в режиме онлайн, чего невозможно было сделать всего пять лет назад. И все, что было актуально пять лет назад в сотовой связи, сегодня представляется весьма неактуальным и невостребованным. Динамика изменений весьма показательна: информация о темпах изменений в большинстве случаев говорит о том, что срок жизни любой услуги составляет примерно пять лет.

По разным данным, современная сфера услуг занимает значительное место в современной экономике. В сфере сервиса занято порядка трети рабочей силы в США [16], объем инвестиций в сферу сервиса составляет примерно сорок процентов от общего объема инвестиций в мире. В России затраты на сферу сервиса начиная с 2005 г. неуклонно растут, и к 2010 г. общая сумма составила 4851018 млн руб. [9] Цифры представляются нам достаточно внушительными для того, чтобы считать работу в сфере сервиса перспективной и влиятельной на современном рынке труда. Структура сервисной деятельности включает в себя не только услуги, необходимые для адекватной жизни горожанина,

такие как образование, медицинское обслуживание, транспорт, магазины, но и те услуги, которые напрямую связаны с комфортом и удобством: сотовая связь, мобильный интернет, сфера Ho-
ReCa¹, обслуживание и ремонт, сегмент luxury² и др. Несомненным представляется и то, что разнообразие сектора услуг требует пристального внимания, необходимого для разработки востребованных предложений на современном рынке. Для осмысления и анализа подобного разнообразия, а также перспектив развития сервисной деятельности необходим детальный анализ, что предопределяет попытки научной рефлексии инновационных преобразований в сервисной деятельности, опирающейся на разработки классической науки.

Ключевыми на рынке предоставления услуг были и остаются потребности индивидов, которые и предопределяют трансформации сферы сервиса, формируют запросы и, в конечном итоге, финансово стимулируют те или иные типы и виды услуг. Потребность является основным методологическим основанием сервисологии, поскольку вся деятельность в сфере сервиса сводится к удовлетворению постоянно трансформирующихся потребностей, согласно темпам жизни. При этом само понятие *потребность* трактуется в различных науках специфическим образом, да и дефиниций, отражающих содержание термина, также предостаточно, включая и классическое понимание потребности в философии, социологии, психологии. Соответственно, в качестве теоретико-методологической базы дисциплины «Сервисология» выступает целый ряд философских, этико-философских, социальных, экономических учений.

¹Hotels, Restaurants, cafes – условное обозначение сферы ресторанного и гостиничного бизнеса, а также сферы общественного питания.

²Люксовый сегмент современного рынка, производящий уникальную и единичную продукцию. Например, автомобили Rolls-Royce и Bentley собирают по индивидуальному заказу, многие детали готовят вручную.

Глава 1. Сервисология: генезис, понятийный аппарат и структура курса

1.1. Методологические основания возникновения «Сервисологии» как учебной дисциплины

Потребности человека, разнообразие (или однообразие) моделей его поведения в социуме в зависимости от потребностей появились в фокусе исследовательского внимания с момента основания первых цивилизаций. Мыслители древности осмыслили сущность человека с точки зрения его места в мире, создавали образы-идеалы, достойные подражания, обозначали и мотивировали создание системы социального неравенства. В рамках подобных рассуждений социальный порядок предписывал человеку определенный набор потребностей, необходимых для его успешного функционирования. Таким образом, потребности человека рассматривались как нечто вторичное по отношению к самому человеку: человек формировал и совершенствовал собственные потребности, исходя из положения в социальной иерархии, при этом конфигурации потребностей становились все более структурированными и сложными.

Однако более предметный интерес к человеку и его потребностям с точки зрения научного осмысления были предприняты античными философами: сформировались представления об основных группах человеческих потребностей, был обоснован ряд системных утверждений, связанных со степенью влияния потребностей человека на его поведение. Показательно, что основные античные философские школы так или иначе связаны не только с определенными философскими позициями, а с образом жизни, наиболее релевантно отражающим ключевые, по их мнению, потребности человека. Например, учение стоиков было сконцентрировано на потребностях здоровья, силы и выносливости; эпикурейцы призывали к развитию творчества, жизненным