

**Скоробогатова Т.Н.**

## **РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩАЯ ФУНКЦИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ**

Одной из тенденций, присущих современной экономике, является резкий подъем сферы услуг. Возможно, это связано с переходом к постиндустриальному обществу, где доминантой выступают услуги [1, с. 32-34].

В развитых странах услуги уже давно заняли ведущее положение в экономике. Например, в валовом внутреннем продукте США в ближайшие годы они будут составлять более 75% [1, с. 27].

Роль услуг повышается по следующим причинам:

- для предприятия – услуги выступают залогом его эффективного взаимодействия с внешней средой, импульсом развития;
- для человека – услуги, с одной стороны, - это резерв повышения квалификационного (общего) уровня, с другой – возможность интересного и рационального отдыха.

Сферу услуг в целом можно рассматривать в следующих аспектах:

1. структурном, отражающем ее связь с другими отраслями, место в системе национального хозяйства;
2. функциональном, определяющем ее функции (социальную, потребительскую, кадровую, воспитательную, страховую, эстетическую, ресурсосберегающую и т. д.);
3. отраслевом, акцентирующем внимание на специфике отрасли;
4. технологическом, устанавливающим последовательность операций процесса обслуживания;
5. ролевым, показывающем ее социально-экономическую роль или, говоря современным языком, миссию;
6. эффективным, оценивающим эффективность сферы услуг по соотношению затрат и эффекта, причем во внимание принимается как прямой результат (доходы отрасли), так и косвенный, обусловленный повышением производительности труда в других отраслях и, следовательно, улучшением их конечных показателей [2, с. 45].

Что касается последнего аспекта, то здесь, безусловно, лидирует рекреационная отрасль. Значимость данной отрасли объясняется тем, что она практически выполняет все перечисленные выше функции сферы услуг (см. второй аспект). Особый интерес вызывает ее ресурсосберегающая функция. По всей вероятности, это связано с расширением понятия ресурсосбережения: если ранее экономия касалась в основном предметов потребления, то в настоящее время на первый план выходит такой своеобразный ресурс, как время. Это объясняется:

1. резким увеличением потока информации, необходимостью ее постоянного анализа и изучения;
2. расширением деловых и личных контактов [3, с. 107].

Данные факторы вызывают необходимость рационализации рабочего времени, следствием чего выступает усиление напряжения, что, в свою очередь, заставляет максимально использовать свободное время. Поэтому многие потребители рекреационных услуг предпочитают совмещать приятное с полезным: отдых с углублением и расширением образования. Кроме того, коллективное потребление услуг предполагает возможность общения.

Часто рекреант экономит не только настоящее, но и будущее время. Например, эффективное курортное лечение позволяет дольше не обращаться к врачам.

Отметим, что ресурсосберегающая функция в значительной степени определяет конкурентоспособность рекреационного предприятия. Обычно выделяют два подхода к обретению конкурентных преимуществ [4, с. 34-35]:

1. конкурентные преимущества достигаются в результате активной деятельности предприятия в рыночной среде,
2. конкурентные преимущества являются природными.

Конечно, для рекреационного предприятия природные конкурентные преимущества имеют существенное значение. Однако создание соответствующей инфраструктуры на сегодняшний момент иногда может определить выбор потребителя. В качестве примера в Крымском регионе можно привести Евпаторию, статус которой как города-курорта резко поднялся. Это еще раз подтверждает тот факт, что развитая материально-техническая база рекреационного предприятия - немаловажный фактор рационального использования свободного времени.

Наиболее наглядной оценкой того или иного результата является денежное выражение. Поэтому экономию времени также целесообразно представить в денежной форме. Данная экономия включает как реальную составляющую, определяемую ценой медицинской услуги (покупка лекарств, посещение частной клиники), так и потенциальную составляющую (возможность работоспособного потребителя найти дополнительный источник заработка). В расчете на год такую экономию можно определить по формуле:

$$\mathcal{E}_1 = 3П_{\text{дн}} \cdot \Delta t \cdot K + 3П_{\text{час}} \cdot t + Ц_{\text{мед / усл}} - Ц_{\text{рекр / усл}} \quad (1),$$

где  $3П_{\text{дн}}$  и  $3П_{\text{час}}$  - соответственно среднедневная и среднечасовая заработная плата потребителя, грн.;

$\Delta t$  - уменьшение дней невыхода на работу по болезни, дни;

$K$  – коэффициент, учитывающий потери потребителя из-за неполной оплаты больничного листа (если оплата полная,  $K = 0$ );

$t$  – дополнительные часы работы потребителя при повышении работоспособности, час;

$\Pi_{\text{мед}} / \text{усл}$  и  $\Pi_{\text{рекр}} / \text{усл}$  – цены соответственно медицинской и рекреационной услуг, грн.

Находясь на отдыхе, рекреант, наряду с основными услугами, потребляет и сопутствующие (обычно различные виды бытовых услуг). Их правильная организация также приводит к экономии времени и денежных средств потребителя. В частности, при ремонте предмета потребления экономия рассчитывается по формуле:

$$\mathcal{E}_2 = \frac{(t_2 - t_1) \cdot C_T \cdot D}{100\%} - C_{\text{рем}} \quad (2),$$

где  $(t_2 - t_1)$  – период между ремонтами или от ремонта до покупки нового товара, лет;

$C_T$  – цена приобретения товара на рассматриваемый момент времени, грн.;

$D$  – доходность капитала в год, %;

$C_{\text{рем}}$  – цена ремонтной услуги, грн.

Экономия  $\mathcal{E}_2$  определяется для случая, когда услуга не может выполняться самим потребителем. В ином случае перед ним встает проблема выбора: выгоднее ли выполнить услугу самостоятельно или стоит привлечь специалиста. Здесь целесообразно обратиться к формулам (3) – (4) и при получении положительного результата «отдаться в руки специалиста».

$$\mathcal{E}_3 = 3\Pi_{\text{час}} \cdot t_n - [C_{\text{усл}} + 3\Pi_{\text{час}} \cdot (t_{\text{ож}} + t_{\text{сп}})] \quad (3),$$

где  $3\Pi_{\text{час}}$  – средняя заработная плата потребителя в час, грн.;

$t_n$  – время выполнения услуги потребителем, час;

$C_{\text{усл}}$  – цена услуги, грн.;

$t_{\text{ож}}$  – время ожидания услуги, час;

$t_{\text{сп}}$  – время выполнения услуги специалистом, час;

или

$$\mathcal{E}_3 = 3\Pi_{\text{час}} \cdot (t_n - t_{\text{ож}} - t_{\text{сп}}) - C_{\text{усл}} \quad (4),$$

Подчеркнем, что рекомендуемые формулы разработаны для уровня потребителя, поэтому результат в каждом случае зависит от его дохода, умения выполнять ту или иную услугу, наконец, состояния здоровья.

Вышеприведенные рассуждения касаются экономии в широком смысле слова. Об экономии в узком смысле речь может идти, если рассматривается комплекс рекреационных услуг. Экономии времени рекреанта здесь будут способствовать:

- удачное расположение комплекса,
- рациональное сочетание услуг.

Подробнее о комплексе услуг см. в [5].

В некоторых случаях потребитель заинтересован скорее в продлении услуги, чем в ее сокращении. Сказанное, конечно, относится к самой услуге, но ни в коей мере к ее ожиданию. Это, конечно, субъективно, поскольку одну и ту же услугу можно воспринимать по-разному, в зависимости от жизненной позиции, приоритетности ценностей, определению собственной миссии.

Итак, значимость рекреационной отрасли обуславливает ее быстрое развитие. Это требует повышенного внимания к соответствующим оценочным показателям. В настоящее время проследить за динамикой отрасли сложно:

1. рекреационная отрасль, по сути, выступает комплексом услуг, а общепринятый показатель объема реализации можно рассматривать лишь в качестве обобщающего;
2. важным оценочным показателем любой отрасли традиционно считается производительность труда, а большинство рекреационных услуг относятся к инертным индивидуальным услугам (классификация американских экономистов [1, с. 505-506]), где повысить производительность можно лишь в исключительных случаях, да и то с потерей качества обслуживания.

Поэтому целесообразно разработать систему показателей, определяющих, как саму отрасль с учетом всех ее составляющих, так и ее место в национальной экономике.

Особенность рекреационной отрасли состоит в том, что объектом ее деятельности выступает непосредственно человек. А именно человеческие ресурсы в настоящее время определяют уровень развития национальной экономики. Кроме того, современная оценка любого товара происходит на основе не меновой, как было принято ранее, а потребительной стоимости, мерой которой «является в конечном

счете экономия труда и рабочего времени» [6, с. 57]. Миссией рекреационной сферы как раз и является экономия времени.

### **Источники и литература**

1. Управление и организация в сфере услуг. – 2-е изд. /Пер. с англ. под ред. В.В. Кулибановой. – СПб.: Питер, 2002. – 752 с.
2. Скоробогатова Т.Н. К вопросу о комплексности и эффективности непроизводственных личных услуг. – 2000. - №3. – С. 41-46.
3. Меффет Х. Будущие области исследований маркетинга услуг //Проблемы теории и практики управления. – 2002. - №4. – С. 107-111.
4. Зозулев А. Об усилении конкурентных преимуществ предприятия //Экономика Украины. – 2003. - №8. – С. 33-38.
5. Скоробогатова Т.Н. Комплекс услуг: приоритеты и задачи развития //Ученые записки ТНУ. – Том 15 (54). - №1. Экономика. – С. 119-127.
6. Ельмеев В. Потребительно-стоимостная тенденция: теория и практика //Экономист. – 2002. - №9. – С. 56-66.