

УДК 519.87

В статье впервые опубликованы результаты исследований сферы сервиса, направленной на удовлетворение социально-бытовых потребностей населения и дано научное определение фрейма НУВЕР: (Здоровье (health), Молодость (youth – young looking), Красота (beauty), Безупречность (blamelessness), Развлечение (entertainment), Отдых (recreation room – rest- relaxation)*

ПРИМЕНЕНИЕ ЦЕННОСТНОГО ПОДХОДА ПРИ СИСТЕМНОМ АНАЛИЗЕ СЦЕНАРИЕВ ВЫБОРА СОВОКУПНОСТЕЙ ПРИЗНАКОВ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ В НЕСТРУКТУРИРОВАННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАССИВАХ ДЛЯ ВЫДЕЛЕНИЯ РЕЛЕВАНТНЫХ СЕГМЕНТОВ

Цель создания методики поиск критериев позволяющих проектировать состав тематического контента, для формирования социально направленных информационных ресурсов в сети Интернет и мониторинга актуальности иллюстративных материалов входящих в состав учебных программ профессионального образования в инновационных отраслях, объединяющих производственную и социальную сферы.

В качестве объекта исследования была выбрана область деятельности, являющая новой для российской экономики, динамично развивающаяся, не имеющая устоявшихся внутренних критериев и четко определенных границ, в том числе и в мировом опыте. [1]

Данное исследования было проведено в инициативном порядке Бойцовым Андреем Александровичем и Виноградовой Ниной-Елизаветой Александровной в период с июля по декабрь 2010 года.

Преобладающим в информационных материалах и результатов анализа протоколов интервью, были выведены следующие определения данной области деятельности. В таблице 1 приведена частотность использования определений в информационных источниках и экспертные оценки текущей актуальности основных используемых обозначений.

Таблица 1.

Частотность использования определений в информационных источниках и экспертные оценки текущей актуальности основных используемых обозначений.

Определение	Частотность (доля от выборки в %) по состоянию на 10.2010	Экспертная** оценка приоритетности наименования	Позиция по частотности
Индустрия красоты и здоровья	29,6	4	1
Индустрия красоты	22,4	8	2

SPA-индустрия	17,8	1	3
Красивый бизнес	11,3	11	4
Wellness-индустрия	9,2	6	5
Spa&Wellness индустрия	8,8	5	6
Салонный бизнес	8,6	12	7
Fitness-индустрия	7,9	7	8
Beauty-индустрия	3,7	9	9
Курортология и реабилитация	0,1	3	10
Восстановительная медицина и рекреация	0,3	2	11
Курорт в городе	0,4	10	12

** В качестве экспертов привлекались специалисты и руководители ведущих медицинских учреждений и предприятий (оказывающих услуги подлежащих обязательному медицинскому лицензированию) Санкт-Петербурга, работающие в сфере косметологических, реабилитационных и оздоровительных услуг, со стажем профессиональной деятельности не менее 5-и лет. При проведении экспертной оценки использовался метод Дельфы. [2]

Как видно из таблицы 1, оценки экспертного сообщества отличаются от устоявшихся общепотребляемых терминов.

Такое положение вещей не позволяет корректно интерпретировать соответствующее направление в сферы услуг. Неопределенность и широкий разброс стоящих за определениями признаков и категорий, таких как спектр услуг, уровень сервиса, степень квалификации персонала, принадлежность предприятия и его услуг к области обязательного лицензирования, не позволяют формировать релевантный подход к структурированию информации и отсеивать информацию, не имеющую подлинной профессиональной и содержательной ценности.

Существующее положение четко отражено в области правового регулирования и стандартизации, в форме отсутствия, как статистических параметров, так и юридического определения полной совокупности данных видов деятельности. [3]

При этом данная совокупность направлений деятельности является областью социальной сферы значимой для развития нашего города, но реализуется исключительно посредством предпринимательской деятельности. Невозможность государственного финансирования в основном определяется именно этой сложившейся практикой.

Результатом этого положения является ситуация в которой организации продающие свои бизнес услуги и продукты-заместители, данной сфере используют государственные программы и иные источники внебюджетных средств для развития своего бизнес потенциала, а предприятия оказывающие услуги населению нет.

Производители и поставщики бизнес услуг не имеют заинтересованности в профессиональном и правовом развитии данного направления относительно качества оказания услуг, а так же его экономического становления в регионе для развития его социально-инвестиционной привлекательности, которая неизбежно повлечет за собой формирование естественных регуляторов рынка и снижение стоимости и себестоимости услуг.

Вследствие такого «перехвата» внимания государства со сферы направленной на удовлетворение социально-бытовых потребностей населения, на сферы экономических потребностей сопутствующего бизнеса, тормозится выработка адекватных экономико-правовых условий для повсеместного формирования оздоровительно-рекреационных инфраструктур, имеющих широкую социальную доступность.

В процессе исследования, по выше указанным критериям, были выявлены следующие основные сопутствующие виды экономической деятельности: оптово-розничная торговля (комплексные поставки продуктов, оборудования, сопутствующих и расходных материалов); прямые продажи (МЛМ); медицинские и лабораторно-диагностические услуги; фармацевтические и косметологические производства; медиа-индустрия; производство продуктов, оборудования, сопутствующих и расходных материалов; психологические и консультационные услуги (тренинги, коучинг и т.п.); девелопмент; строительство; услуги по оформлению разрешительной документации.

В данном контексте получается серьезный разрыв в континууме отношений «бизнес-общество-власть», когда сфера социально-бытовых и рекреационных потребностей населения отдалена от возможности государственной поддержки и рассматривается государственными институтами исключительно как область усиленного надзора и фискального регулирования, создающих дополнительные рыночные барьеры препятствующие развитию сферы персонального сервиса и культуры заботы о себе в широких слоях российского общества. Препятствуя доступности для населения современных инновационных достижений в области повышения качества жизни и развития социальной сферы и человеческого капитала региона.

Эта неустойчивая ситуация может продолжаться ещё достаточно долго, до полного смещения понятия рекреационно-профилактической культуры и культуры отдыха обратно в область лечебно-профилактической деятельности и медико-социальных стратегий, т.е. снижение осознанного личностного участия индивидуума в сохранении своей трудоспособности и переноса груза последствий на систему социального обеспечения. Итоги такого положения вещей хорошо известны в новейшей Российской истории и наглядно продемонстрировали сопутствующие им асоциальные и криминальные формы досуга и оздоровления (наркомания, алкоголизация, самолечение и целительство, оздоровительное сектанство), снижение трудового и репродуктивного потенциала населения.

Это основные позиции, наглядно подтвержденные результатами исследований и анализа открытых источников. Формат данного материала не позволяет продемонстрировать все результаты, но показывает эффективность и необходимость применения научного подхода к анализу бизнес среды и социальной сферы региона. [4]

Наш инновационный подход заключался в следующем. При разработке методик организации и информационного обеспечения оказания персональных услуг в данной области, дающих качественный скачок инвестиционного потенциала, как отдельного предприятия, так и инфраструктуры включающей предприятия данной сферы, мы применили ценностный подход в определении устоявшихся внутренних критериев и четко определенных границ отрасли, учитывающий возможные изменения (колебания показателей) как социального, так и культурного характера.

В основу определения для индустрии было произведено исследование на основе ценностного подхода. В целом мы определили эту деятельность, как направленную на удовлетворение потребностей конкретного человека, потребностей находящихся на стыке его индивидуальных культурных, эстетических, социальных и психологических представлений о возможностях разумного использования потенциала своего тела для повышения качества и продолжительности жизни.

В данной сфере на первом месте конкретный человек и его конкретные потребности. Определить источник потребностей, означает найти причину всех происходящих в ней процессов, что стало обоснованием для исследования базовых ценностей привлекающих людей к получению данного спектра и формата услуг. [5]

Для выявления интересующих нас позиций использовались такие открытые источники как рекламные материалы, спектр предлагаемых услуг, тематики перспективных научных проектов, данные поисковых запросов в Интернет, интервьюирование специалистов данной отрасли и потребителей услуг различных социальных и поло-возрастных групп.

Универсальными для потребителей и работников отрасли оказались ценности, определяемые респондентами как здоровье, молодость, красота, безупречность, развлечения, отдых, технологии. Основным проверочным критерием определения итогового состава понятий являлся формальный логический анализ, производимый на основе методов эмпирических наблюдения и обоснованных предположений. Удовлетворяющим итогом должно было стать выделение устойчивого состава понятий, изменение которого давало искажение логического результата анализа их совокупности. При использовании итогового состава понятий, мы получили устойчивый результат и необходимую вариативность, обеспечиваемую ранжированием компонентов в рамках стабильного состава.

Пример проверочной логической цепочки (выписка из протокола исследования) «Задача: исключить ценностное понятие «молодость». Анализируемый состав понятий (здоровье + красота + безупречность + развлечения + отдых). Возможный результат: проект направленный не на конкретного человека, а функции и качество его окружения. Пример: модель телевизора, снимающая нагрузку с глаз, эргономичное решение корпуса, идеальное качество изображения, интуитивно понятное управление, встроенные сервисы хромотерапия, цветомузыка. Необходимое условие для соответствия отрасли: технологии позволяющие совмещать просмотр и эффект торможения старения генерируемый устройством».

Разработанная методика, опирается на единую систему ценностных параметров, фактически является критерием принадлежности к отрасли и стандартом её работы, соответствует современным перспективным подходам к анализу и проектированию

(закладке) параметров инфраструктур. Администрация территориального округа задает значение целевой функции развития отрасли $ЦФ^0$, которое должно быть достигнуто в конкретном регионе или административном округе. Отраслевой регулирующий орган формирует вектор управляющих воздействий на компании отрасли W , в результате которых состояние инфраструктуры отрасли за заданный период достигает значения целевой функции $ЦФ^R$. Анализируя степень расхождения $\Delta ЦФ = ЦФ^R - ЦФ^0$ в случае значимого расхождения, отраслевой регулирующий орган формирует новые значения параметров вектора управляющих воздействий на компании отрасли W . При этом одной из основных задач регулирования является минимизация замещающих товаров $P = f(W)$ и замещающих услуг $Q = f(W)$ из смежных отраслей на формирование потребительской корзины. [6]

В общем виде задача определения параметров инфраструктуры данной отрасли в общем случае может быть записана как:

$$\begin{cases} ЦФ = f(BP_1^H, \dots, BP_N^H; SF_1^H, \dots, SF_L^H) \rightarrow \max/\min \\ \text{при } P = f(W) \rightarrow \min, Q = f(W) \rightarrow \min \\ \text{и } \Delta ЦФ \rightarrow 0 \end{cases}$$

Анализируя степень расхождения $\Delta ЦФ = ЦФ^R - ЦФ^0$ в случае значимого расхождения, можно рассчитать значения параметров вектора управляющих воздействий на предприятия отрасли W для достижения оптимального пакета предложений услуг предприятиями отрасли в данном регионе.

В основе предлагаемой модели лежит предположение, что совокупная потребительская ценность предприятий отрасли определяется инфраструктурой, обеспечивающей оказываемые ими услуги. В свою очередь, инфраструктура отрасли, как совокупность объектов и параметров их взаимодействия, является сложной системой. Как сложная система инфраструктура:

1. Функционирует в условиях законодательных, ресурсных, социальных и конкурентных ограничений.

2. Реализует две группы функций:

а) группа основных функций - получение дохода организациями отрасли BP_n^H ($n = \overline{1, N}$; N - общее количество предприятий).

б) группа обеспечивающих функций покрывающих транзакционные издержки функционирования инфраструктуры отрасли к которым относятся стандартизация, исследования и новые разработки, кадровое обеспечение, стратегическое и оперативное планирование развития отрасли, социальная реклама, просветительская работа с населением, РР-акции и социальное продвижение компаний отрасли. Исполнение каждой из обеспечивающих функций SF_l^H ($l = \overline{1, L}$, где L - общее количество обеспечивающих функций) характеризуется своим набором показателей результативности KFI).

3. Характеризуется своей целевой функцией $ЦФ$, которая может быть описана через основные и обеспечивающие функции отрасли. Примерами целевых функций могут быть: максимизация выручки компаний отрасли ($ЦФ_1 \rightarrow \max$); стабилизация уровня цен на услуги

в отрасли ($ЦФ_2 \rightarrow \text{const}$); снижение уровня транзакционных издержек в отрасли за счет качественного развития инфраструктуры отрасли в регионе ($ЦФ_3 \rightarrow \text{min}$).

4. Состоит из взаимосвязанных компаний, часть из которых являются центрами прибыли (предприятиями, оказывающими услуги населению), а часть вспомогательными компаниями (инфраструктурными звеньями обеспечивающими рыночную и социальную нишу отрасли). Центры прибыли B_i ($i = \overline{1, I}$; I - общее количество предприятий отрасли в границах территориального округа) осуществляют непосредственную реализацию основных функций отрасли. Вспомогательные компании D_j ($j = \overline{1, J}$; J - общее количество инфраструктурных звеньев, выполняющих различные функции в регионе), обеспечивают исполнение обеспечивающих функций и развитие инфраструктуры отрасли в пределах территориального округа.

5. Управляется путем осуществления управляющих воздействий на компании отрасли в виде вектора $W = \langle w^{B_1}, \dots, w^{B_I}; w^{D_1}, \dots, w^{D_J}; w^H \rangle$, где w^{B_i} - управляющее воздействие на i -ый центр прибыли (предприятие) отрасли; $i = \overline{1, I}$; w^{D_j} - управляющее воздействие на j -ую вспомогательную компанию (инфраструктурный центр отрасли); $j = \overline{1, J}$; w^H - воздействие на отрасль в целом через её инфраструктуру, в том числе и отраслевой регулирующий центр.

6. Структура систем управления отраслью и её инфраструктурой унифицирована и может быть описана единой моделью. [7]

Наши исследования показали, что ценностный подход является базовым для интересующей нас отрасли и метод работы с ценностями и коррелирующими с ними социальными убеждениями и предпосылками, находится в прямом соответствии с рядом социально-экономических показателей, что дало возможность проследить развитие отрасли как в мире, так и на российском рынке, выявить механизмы коммерческой успешности ряда направлений, а так же прогнозировать и моделировать эти направления в будущем. [8]

Для удобства именованя отрасли и сохранения смысловой нагрузки, как в русском языке, так и для международного употребления была составлена аббревиатура из устойчивых англоязычных терминов health, youth – young looking, beauty-blamelessness, entertainment, recreation room – rest- relaxation, technology.

Разработанное наименование является системно обоснованным обозначением отрасли, необходимым при проведении аналитической, учебно-методической работы, системного анализа процессов в социальной сфере, составлении технических заданий и экономико-технических обоснований при разработке технических средств и программных продуктов для предприятий социальной сферы и сферы сервиса, в качестве дополнительного инструмента при моделировании социальных процессов, в том числе прогнозирования развития территорий и городских рекреационных инфраструктур.

Результаты данного исследования применены при проектировании студентами вэб-сервиса в формате интерактивного Интернет каталога с автоматизированной системой поиска и отбора контента, а так же для разработки бренда «WNW» (Wellness Nord West,

Welcome New World, Welcome Nord West, Wellness New Weve» и системной организации учебно-методических материалов для программ международной сертификации наставников здорового образа жизни, а также в работе со специалистами по девелопменту и управлению рекреационными проектами.

Список литературы

1. Плешакова Е.Ю. Формирование конкурентных преимуществ в косметологическом бизнесе/ Е.Ю.Плешакова, Ю.Д. Елисеева// Методические аспекты современного менеджмента: сб. науч. тр.; А.Н.Цветков (отв.ред.) [и др.]. - СПб.: СПбГИЭУ, 2009. – 298 с. – с. 212-216
2. Рычников О.В. Разработка управленческого решения: Текст лекций/ О.В.Рычников, Э.В.Минько, Р.Г.Мирзоев; под ред. С.Д.Бодрунова // СПб, СПбГУАП, 1999 – 90 с.
3. Бойцов А.А. Город развивает бизнес-среду региона// Информационный бюллетень Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты, № 8 (20), ноябрь 2008. - с. 37.
4. Лесков Л.В. Нелинейная теория динамики социально-экономических систем// М. Из-во РАГС, 2006 – 78 с.
5. Попков В.П. Принципы и методы создания конкурентноспособных предпринимательских структур на основе нововведений/ В.П.Попков, М.М.Марков, Н.М.Олейник // СПб, Астерион, 2009 – 168 с.
6. Яковлев А.В. Задача формирования универсальной системы управления холдингом как группой интегрированных компаний и пути ее решения / А.В.Яковлев, А.А.Бойцов // Научная сессия ГУАП: Сб. докл.: В 4 ч. Ч. II. Технические науки / СПбГУАП. СПб., 2009. - 283 с. - с 274 - 279.
7. Бойцов А.А. Курс молодого бойца современного Российского бизнеса (Краткое описание методологии "9 ключей бизнеса") / А.А.Бойцов, А.В.Яковлев// СПб.: АЙСИНГ, 2009. - 56с.
8. Бери Л. Клиника Мэйо: менеджмент и сервис мирового уровня/ Леонард Бери, Кент Селтман; [пер. с англ. А.В.Козлова; под ред. О.Б.Дынник, В.В.Кулибановой]. – М.Ж Эксмо, 2010 -304 с.

Статья напечатана в Сборнике докладов Научной сессия ГУАП: В 3 ч. Ч. II. Технические науки/ СПбГУАП. СПб., 2011.- 160с. - с 88-91.

ISBN 978-5-8088-0650-4 (ч. II)

ISBN 978-5-8088-0651-1

*Фрейм — (англ. frame — «каркас» или «рамка») — это модель абстрактного образа, минимально возможное описание сущности какого-либо объекта, явления, события, ситуации, процесса.