

Вестник ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

№ 6 (64) 2022

Санкт-Петербурга



ТЕМА НОМЕРА

стр. 12

Сервис как продукт эволюции



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Алена Петрова

**Успех бизнеса
в сфере услуг –
творчество!**

стр. 22



**E-commerce как
будущее торговли:
развивай бизнес
с Bizhelp.pro**

стр. 26

ОТ РЕДАКЦИИ

3 Формирование петербургского стиля в сервисе

4 НОВОСТИ

ЛИЧНОЕ МНЕНИЕ

10 Услуги в период турбулентности

Редакция журнала провела блиц-опрос среди предпринимателей, представителей малого и среднего бизнеса и попросила их ответить на вопрос: «Что необходимо компаниям малого и среднего бизнеса для развития сферы услуг и нужна ли им помощь со стороны государства?»

ТЕМА НОМЕРА

12 Сервис как продукт эволюции

Понятие сервиса не существовало в древние времена, однако прямо или опосредованно сервисное обслуживание проявлялось в различных сферах жизни людей и совершенствовалось одновременно с развитием социально-культурной среды человека.

АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

21 Аренда – тормоз или стимул для развития бизнеса?

О проблемах аренды помещения для бизнеса в сфере бытовых услуг рассказывает Александр Грачев – индивидуальный предприниматель, владелец сети химчисток и прачечных «Прима».

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

22 Успех бизнеса в сфере услуг – творчество!

Интервью с Аленой Петровой – владелицей студии перманентного макияжа PermanentHall.

ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

26 E-commerce как будущее торговли: развивай бизнес с Bizhelp.pro

Пандемия и цифровизация экономики привели к глобальным и кардинальным переменам в сфере торговли. Ключевой тренд – бурный рост электронной коммерции.

Формирование петербургского стиля в сервисе

Роль сервиса в общественной жизни огромна. Зачастую мы даже не задумываемся, что услуги стали неотъемлемым элементом в современной жизни наряду с рынками товаров, капиталов, рабочей силы.

Основной задачей сферы сервиса является удовлетворение самых различных потребностей населения, отдельных социальных групп, организаций. Оказание услуг – один из наиболее распространенных видов деятельности, им занимается практически любой человек, начиная от простейших услуг, оказание которых не требует особых знаний, и заканчивая сложными профессиональными услугами, предоставление которых требует специальных знаний и соответствующего оборудования. Данная сфера напрямую влияет на формирование ВВП страны, от качества сервиса зависит качество жизни населения.

Безусловно, качество сервиса напрямую зависит от социально-экономических условий, в которых они оказываются. Многие из нас хорошо помнят «качество» сервиса в советских магазинах и на предприятиях общественного питания, где нахамить потребителю было нормой. У работника советского периода не было никакого стимула бороться за потребителя. В современном же обществе к ключевым параметрам качества обслуживания относятся: неформальность оказания услуги, а также время получения услуги, удобство и объективность цены.

К сожалению и сегодня мы часто сталкиваемся с некачественным сервисом, но у нас, как у потребителей, всегда есть право отказаться от услуг такой компании, написать жалобу, получить компенсацию за потерянное время и деньги. Правда и то, что не всегда удается получить полное удовлетворение, но все же эти обстоятельства стимулируют повышение качества сервиса в современной России. Приятно отметить, что существуют компании, формирующие собственные сервисные традиции, которые достойны подражания и благодаря им в сложные времена именно эта работа «на потребителя» позволяет выстоять. Ярким примером может служить история героини нашего номера, директора компании PermanentHall, в то время, когда многие предприятия аналогичного профиля сегодня закрываются, ее бизнес сохраняет стабильность.



Елена Церетели –
председатель **Общественного Совета по развитию малого предпринимательства** при губернаторе Санкт-Петербурга

В мире существуют кафе и рестораны, имеющие столетнюю историю, и сохранились они в первую очередь благодаря качеству своих услуг. Приятно знать, что и в нашем городе есть заведения и компании, работающие более 30 лет, и сохранившие свою популярность благодаря качеству услуг, ценовой доступности и неформальному подходу к клиенту. Кто сегодня в Санкт-Петербурге не знает «Пирожковую на Московском проспекте» или «Пышечную на Конюшенной»? Из современных примеров можно назвать коктейль-бар El Copitas, открывшийся в 2015 году во дворе-колодце на Колокольной улице в Санкт-Петербурге, который на протяжении нескольких лет входит в рейтинг лучших баров мира по версии The World's 50 Best Bars – самая престижная премия в этой области, занимая 8-ое место. Благодаря таким компаниям можно говорить о формировании традиций современного петербургского сервиса. И существуют они не только в общественном питании, но и в других сферах, например, в туризме. Не случайно сегодня большая часть туристов в нашей стране для проведения отпуска чаще других городов выбирает Санкт-Петербург. И дело не только в белых ночах и разводных мостах, но и в качестве, и доступности туристической инфраструктуры города.

Сегодня, когда мы в очередной раз переживаем непростые времена, хочется пожелать всем, кто участвует в формировании столь значимой традиции, стойкости и благодарных клиентов. Черная полоса обязательно сменится на белую.

Поддержку промышленных предприятий в регионах усилят



Михаил Мишустин

Председатель Правительства Михаил Мишустин подписал постановление о смягчении условий докапитализации региональных фондов развития промышленности за счет федеральных средств. Это расширит доступ предприятий к недорогим кредитам на пополнение оборотных средств, поможет им сохранить персонал и объемы производства продукции.

С помощью грантов региональных фондов развития предприятия могут компенсировать до 90% затрат на уплату процентов по кредитам.

Раньше для получения компенсации общий размер обязательств одной компании по кредитному договору не должен был превышать 250 млн рублей. Теперь такое ограничение снято. Это откроет доступ к господдержке еще большому числу предприятий.

Кроме того, расширен перечень видов деятельности, по которым может оказываться поддержка. Теперь он охватывает предприятия, занимающиеся производством фотопластинок и фотопленок, химических составов для фотографий, чернил, смазочных материалов и присадок к ним, антифризов и ряда других химических продуктов. Принятое решение – часть комплекса мер по обеспечению устойчивости экономики в условиях внешних санкций. Оно поможет минимизировать воздействие негативных факторов на региональную промышленную политику, сохранить трудовые коллективы, продолжить выпуск промышленной продукции.

Федеральное финансирование обеспечит дополнительную поддержку промышленных предприятий в 77 регионах страны. На эти цели Правительство выделило 4,3 млрд рублей. Докапитализовать региональные фонды развития промышленности за счет федеральных средств в марте поручил Президент по итогам совещания о мерах социально-экономической поддержки регионов.

Требования при госзакупках унифицируют

Требования к гарантиям, которые госкомпании предъявляют поставщикам из малого и среднего бизнеса при закупках, унифицируют с требованиями закона о госзакупках.

Президент РФ подписал соответствующий закон № 109-ФЗ 16 апреля 2022 года. Изменения вступают в силу с 1 июля. По данным цифровой платформы, для поддержки бизнеса МСП.РФ, до этого заказчики по 223-ФЗ (о закупках госкомпаний и корпораций) были вправе самостоятельно регулировать вопрос обеспечения заявок, исполнения обязательств по договору, в том числе предъявлять любые требования к банковским гарантиям, а также выдающим их банкам. Однако завышенные требования усложняли получение гарантий для малого и среднего бизнеса и ограничивали им доступ к участию в закупках.

«В связи с этим с 1 июля требования к гарантиям, предоставляемым субъектами МСП по 223-ФЗ, решено унифицировать с требованиями, предусмотренными 44-ФЗ. При этом речь будет идти не только о банковских, но и о других видах независимых гарантий, указанных в 44-ФЗ. Кроме того, чтобы исключить предоставление подложных гарантий, с 1 апреля 2023 года в рамках 223-ФЗ будут приниматься только те гарантии, которые включены в реестр независимых гарантий, предусмотренный 44-ФЗ», – отмечается в сообщении на цифровой платформе. Правительство также сможет установить типовые формы независимой гарантии для 44-ФЗ и 223-ФЗ, что «позволит предотвратить необоснованные отказы в принятии заказчиками гарантий», уточняется в сообщении.

Поддержку МСП запустят осенью

Новый инструмент долгосрочных договоров компаний с госучастием с субъектами малого и среднего предпринимательства (МСП) может заработать уже этой осенью, считают в Минэкономразвитии.



Инна Дадаяна

Как пояснила директор департамента инвестиционной политики и развития малого и среднего предпринимательства министерства Инна Дадаяна, речь идет о закупках так называемых

крупнейших заказчиков – компаний с госучастием и госкорпораций, которые работают по федеральному закону № 223-ФЗ. Именно они обеспечивают спрос на продукцию субъектов МСП.

Сегодня объем закупок у представителей малого и среднего бизнеса уже превышает 4 трлн рублей. По нацпроекту МСП власти запланировали довести этот показатель до 5 трлн к 2024 году. Вопросы сбыта продукции для субъектов МСП являются одними из ключевых. Долгосрочные контракты помогут поддержать сбыт продукции, пояснила она.

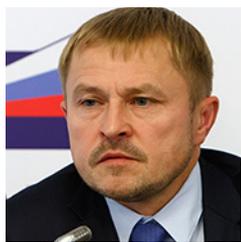
Нужна новая стратегия развития предпринимательства



Андрей Белоусов

В России необходимо создать условия для того, чтобы малый и средний бизнес мог зарабатывать. Об этом заявил первый вице-премьер Андрей Белоусов, говоря о новой стратегии развития предпринимательства.

«Если действующая стратегия подразумевает «приказано выжить», то новая – «приказано зарабатывать». Надо создать условия, чтобы люди в МСП зарабатывали. Это ключевая задача на ближайшее время», - отметил Белоусов во время Форума МСП в рамках Петербургского международного экономического форума. По его словам, помочь бизнесу может снижение административной нагрузки, уменьшение количества обязательной отчетности и другие меры.



Президент общероссийской общественной организации МСП «Опора России» Александр Калинин отметил, что выручка субъектов малого и среднего предпринимательства в марте 2022 года выросла на 27% по отношению к аналогичному месяцу предыдущего года. При этом в апреле выручка увеличилась на 7%, а в мае - на 18%. По мнению Калинина, опыт пандемии научил малый и средний бизнес быстрее справляться со стоящими перед предпринимателями вызовами.

Новый налоговый режим для бизнеса

Эксперимент по внедрению нового налогового режима для бизнеса – автоматизированной упрощенной системы налогообложения – будет запущен 1 июля.

Воспользоваться режимом смогут предприниматели Москвы, Московской и Калужской областях, а также Татарстана, сообщает пресс-служба ФНС.

АУСН подходит для организаций и индивидуальных предпринимателей, чья численность работников составляет не более пяти человек, а годовой доход – менее 60 млн рублей. «Они смогут выбрать объект налогообложения «Доходы» со ставкой 8% или «Доходы, уменьшенные на величину расходов» со ставкой 20%. Пользователи режима будут освобождены от налоговой и большей части отчетности в государственные внебюджетные фонды», – говорится в сообщении. Бизнесменам не нужно будет рассчитывать налог – ФНС сама вычислит его на основе информации от банков, ККТ и из личного кабинета АУСН. Кроме того, в рамках режима налогоплательщики освобождаются от страховых взносов.

Для вновь зарегистрированных организаций и индивидуальных предпринимателей АУСН будет доступен с 1 июля 2022 года. Уже действующие компании и предприниматели смогут перейти на него с 1 января 2023 года.

Преференции МСП для самозанятых

Самозанятые в России получили те же имущественные преференции, что малый и средний бизнес (МСБ). В частности, им теперь разрешено получать госимущество в аренду без торгов.

Изменения внесены в закон «О защите конкуренции». Документ опубликован в «Российской газете». Как следует из документа, поддержку получают физлица, которые работают в рамках специального налогового режима в качестве самозанятых и платят налог на профессиональный доход. Важно, что для получения преференций самозанятым нельзя числиться в качестве индивидуального предпринимателя. Если ранее за различного рода помощью от государства мог обратиться только субъект МСБ, то теперь на преференции может претендовать и самозанятый. Речь идет о финансовой, гарантийной, имущественной, информационной и консультационной помощи, а также о поддержке при работе в сфере образования, ремесленной и сельскохозяйственной деятельности. Льготы для самозанятых будут действовать в течение всего срока эксперимента по введению налога на профессиональный доход – до 2029 года.

И с начала введения специального налога на профессиональную деятельность для граждан – то есть с 2019 года – самозанятые зарегистрировали доходы на сумму 1,1 трлн рублей и заплатили 40 млрд рублей налогов. Об этом говорится в сообщении Федеральной налоговой службы (ФНС).

Специальный налоговый режим на профессиональную деятельность сегодня используют 5 млн граждан России. Самозанятые платят его только с фактически полученных доходов: при работе с гражданами он составляет 4%, при работе с юрлицами и ИП – 6%. Отмечается, что средний возраст самозанятых составляет 35 лет. Самому молодому – 14 лет, а самому пожилому исполнилось 94 года.

Закон о смягчении ограничений на получение поддержки МСП одобрен



Совет Федерации одобрил закон, который смягчает действующие ограничения на оказание поддержки малым и средним предприятиям (МСП), ранее допустившими

незначительные нарушения при получении помощи от государства. Документ был инициирован правительством РФ.

Как отмечается в пояснительной записке к документу, сейчас субъектам МСП могут отказать в заявке на государственную поддержку, если прошло менее трех лет с того момента, когда они нарушили порядок и условия оказания помощи. Вместе с тем большинство нарушений порядка и условий оказания поддержки субъектов МСП являются незначительными. В связи с этим предлагается «смягчение действующего ограничения на получение поддержки субъектами МСП, допустившими незначительные нарушения порядка и условий оказания поддержки».

Закон вводит дифференцированный подход: если нарушение было незначительным (технические ошибки в отчетности и так далее), то предприниматель может получать доступ к поддержке, либо срок действия ограничений сокращается до года. Только в случае серьезных нарушений, если речь идет о нецелевом использовании бюджетных средств или намеренных искажениях данных о своей деятельности, срок ограничений в три года сохраняется.

Наказания предлагают смягчить



Министерство юстиции РФ вынесло на общественное обсуждение проект поправок в УК и УПК, значительно смягчающий систему наказания за налоговые преступления.

Например, уменьшаются максимальные сроки по таким статьям. В некоторых случаях там, где пока грозит семь лет лишения свободы, останется пять. Но самое главное: это значит, что снизятся и сроки давности по таким преступлениям.

Как подчеркивают в Минюсте, законопроект подготовлен во исполнение поручения Президента Российской Федерации и направлен на либерализацию уголовной ответственности за ряд преступлений, связанных с уклонением от уплаты налогов и иных обязательных платежей.

Кроме того, законопроектом предусматриваются изменения, согласно которым следователь будет обязан отказать в возбуждении уголовного дела по налоговым преступлениям в случае уплаты в полном объеме недоимки, пеней и штрафов. Закон запретит следователю возбуждать уголовное дело, если предприниматель хоть и задержал, но оплатил все долги по налогам и пени.

Как пояснил адвокат Вячеслав Голенев, предлагаемые изменения означают, что привлечение к уголовной ответственности будет возможно только в течение шести лет с момента совершения преступления.

«Знай своего клиента»

Антиотмывочная платформа на базе Банка России «Знай своего клиента» (ЗСК) для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей начала работу в полном объеме, соответствующая норма закона вступила в силу с 1 июля.

Созданный на базе Банка России централизованный информационный сервис «Знай своего клиента» позволит банкам в онлайн-режиме получать информацию об уровне риска по клиентам и их контрагентам, использовать ее при реализации процедур по противодействию отмыванию денег и финансированию терроризма. Банк России в конце декабря начал тестирование с кредитными организациями платформы. Тогда к платформе в пилотном режиме были подключены 40 банков, в том числе большинство системно значимых. В конце марта ЦБ предложил всем кредитным организациям

постепенно подключаться к платформе в пилотном режиме.

Согласно закону, на основании которого ЦБ создал платформу, всем клиентам банков – российским юрлицам и индивидуальным предпринимателям – будет присвоен один из трех уровней риска: высокий, средний и низкий. Эта информация будет ежедневно доводиться до кредитных организаций.

В июне в ЦБ заявляли, что в конце этого года планируется обсудить с банками распространение платформы «Знай своего клиента» на физических лиц.

Рентабельность ресторанного бизнеса стремится к нулю

Рентабельность ресторанов сегодня нулевая, многие работают «на удачу». Об этом заявил вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России Сергей Миронов.



Сергей Миронов

Он отмечает, что себестоимость бизнеса выросла на 30%. Однако большинство ресторанов стараются сохранить цены для клиентов на прежнем уровне. Для этого они заменяют зарубежные продукты отечественными, формируют новый состав меню и сокращают расходы с учетом введенных иностранными государствами ограничений. На ценообразование влияют не только санкции, но также увеличение коммунальных платежей, логистические цепочки, документальное сопровождение, налогообложение.

Он отмечает, что себестоимость бизнеса выросла на 30%. Однако большинство ресторанов стараются сохранить цены для клиентов на прежнем уровне. Для этого они заменяют зарубежные продукты отечественными, формируют новый

Первоочередное таможенное оформление

Председатель Правительства Михаил Мишустин подписал постановление о расширении перечня скоропортящихся товаров, которые проходят таможенные процедуры в первоочередном порядке.

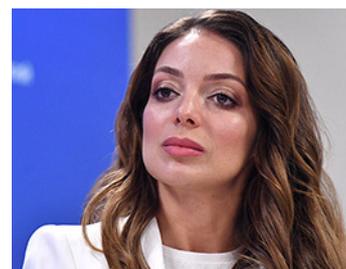
Теперь в этот список добавлена продукция для пчеловодства (пчелы, пчелиные матки и пчелопакеты), нуклеиновые кислоты, которые необходимы для научных исследований и при производстве медицинских препаратов, лабораторные реагенты для проверки безопасности пищевых продуктов, а также имбирь. Перечень товаров, которые оформляются на таможне в первую очередь, был утвержден Правительством в 2019 году и с тех пор неоднократно дополнялся. Сейчас он включает более 70 позиций. Среди них – мясная, молочная и рыбная продукция, фрукты, овощи, мед. Подписанным документом вносятся изменения в приложение к постановлению Правительства от 1 августа 2019 года №994.



Стандарт «все включено» в России

В российских отелях в 2023 году начнут действовать стандарты «все включено» и «ультра все включено», сообщила в кулуарах ПМЭФ руководитель Ростуризма Зарина Догузова.

По ее словам, стандарты будут утверждены до конца этого года, передает ТАСС. В разработке стандартов Ростуризм опирался на лучший мировой опыт. Прописаны все критерии соответствия этим стандартам отелей разных категорий звездности. Например, среди требований – наличие на территории отеля нескольких ресторанов, включая один круглосуточный, детской анимации, отдельных детских комнат, теплых бассейнов, пояснила Догузова. Гостиницы, которые хотят работать по системе «все включено» или «ультра все включено», должны будут соответствовать этим стандартам. Как заметила глава Ростуризма, работа по стандартизации очень важна для повышения общего качества услуг в туризме.



Зарина Догузова



Упрощение оценки труда

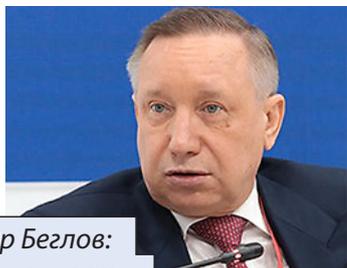
Минтруд РФ предложил установить особый порядок специальной оценки условий труда (СОУТ) для микропредприятий – «самодекларирование», что будет способствовать снижению административной нагрузки на бизнес.

«Предлагаемый механизм «самодекларирования» позволит упростить микропредприятиям прохождение обязательных процедур, установленных законодательством о СОУТ, и будет способствовать снижению административной и финансовой нагрузки на микропредприятия», – отметили в министерстве.

Соответствующий законопроект размещен на федеральном портале проектов нормативных правовых актов. В Минтруде РФ напомнили, что по закону те рабочие места, которые подлежат регулярной оценке, проходят обследование раз в пять лет. К микропредприятиям относятся организации, в которых занято до 15 человек.

Промышленность поддержат

Об этом глава города заявил в эфире программы «Петербург. Новый взгляд. Разговор с Александром Бегловым» на телеканале 78.



Александр Беглов:
«Промышленность
работает, есть заказы»

Губернатор отметил, что в условиях санкционного давления город принимает все необходимые меры по поддержке промышленности, бизнеса, стабилизации рынка труда. Создан Оперативный штаб по обеспечению экономической и социальной стабильности в Санкт-Петербурге, налажена связь с промышленным и предпринимательским сообществом. «Рабочие группы работают по всем отраслям. Принимаются меры поддержки городской промышленности, которая дает порядка 60% поступлений в бюджет. Промышленники подсказывают, рекомендуют, что нужно сделать, что их больше всего тревожит. Это также касается малого и среднего бизнеса – он обеспечивает около 30% доходной части бюджета. На 3 млрд рублей докапитализированы Фонд поддержки и развития промышленности и Фонд содействия кредито-

ванию малого и среднего бизнеса. Принят ряд мер, которые снимают различные барьеры. Вложение денег, создание соответствующих условий возвращается сторицей в бюджет Санкт-Петербурга», – сказал Александр Беглов. При разработке мер поддержки бизнеса рассмотрено 814 предложений. Принято к исполнению 78. 74 инициативы направлены на федеральный уровень. Введен мораторий на плановые проверки. Для вновь созданных ИП предусматривается упрощенная система налогообложения. В ближайшее время будет принят упрощенный порядок размещения сезонной мебели на террасах кафе. В оборот планируется вовлечь свободные площади ушедших из торговых центров иностранных компаний. Также принят пакет мер по поддержке рынка труда, в том числе по обеспечению занятости сотрудников предприятий, которые уходят из Санкт-Петербурга. «Уровень безработицы у нас один из самых низких процентов в нашей стране. Промышленность работает, есть заказы. Проблемы могут быть с предприятиями, у которых есть иностранный капитал. Нам есть чем и кем их заменить. Закрытые производства будут реформатированы, ищем инвесторов, чтобы запустить совершенно по-другому эти предприятия и площади. Квалифицированные рабочие сегодня востребованы. Мы держим ситуацию на жестком контроле. Уже действуют программы по переподготовке специалистов. Рабочие места в городе есть», – подчеркнул губернатор.



Комплексные меры поддержки для туризма

На заседании Правительства Санкт-Петербурга рассмотрены и утверждены достигнутые ключевые целевые показатели государственной программы «Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге» в 2021 году. Выполнение программы превысило 100%. Были также обсуждены предварительные результаты развития отрасли в 2022 году.

В 2021 году город на Неве показал почти двукратный рост турпотока относительно кризисных показателей 2020 года. Общий объем турпотока за первое полугодие 2022 года превысил на 32% показатель за аналогичный период прошлого года – это произошло за счет роста внутреннего туризма. Таким образом, можно говорить о частичном «импортозамещении» иностранных туристов российскими. При этом зафиксировано относительное увеличение зарубежного турпотока: за неполные шесть месяцев 2022 года Петербург принял 130 тысяч иностранных туристов, что на 62% превышает аналогичный показатель 2021 года. Северная столица восстанавливает эти туристские потоки после пандемии примерно в два раза быстрее, чем большинство других мировых столиц. Сегодня, по оценке экспертов, Петербург входит в топ-3 самых привлекательных городов России по соотношению цена-качество. Губернатор Александр Беглов подчеркнул, что Санкт-Петербург стал первым регионом в стране, в котором

разработаны комплексные меры поддержки туризма. Они включают все инструменты, в частности, налоговые льготы и прямую финансовую поддержку. Опыт города высоко оценен на федеральном уровне. Федеральное агентство по туризму охарактеризовало принятые меры как беспрецедентные. Заместителем Председателя Правительства РФ Дмитрием Чернышенко дано поручение изучить опыт Петербурга и рассмотреть возможность его масштабирования в других регионах страны. Как подчеркнул губернатор, комплекс предпринятых комплексных мер позволяет выполнять главную задачу – сохранять занятость, основу кадрового потенциала и инфраструктуру индустрии туризма, не прерывать развитие отрасли. В частности, к июню 2022 года уже прошли процедуру классификации и были открыты еще 5 гостиниц – в дополнение к новым отелям, появившимся в 2021 году. Только в этом году номерной фонд города увеличился более чем на 1000 номеров.



Санкт-Петербург – центр делового туризма в рамках БРИКС

Соглашение о сотрудничестве подписано между Конгрессно-выставочным бюро Санкт-Петербурга, подведомственным Комитету по развитию туризма, и Международным Муниципальным Форумом стран БРИКС+.

Стороны будут взаимодействовать в информационной деятельности, в продвижении туристского потенциала Санкт-Петербурга в странах, входящих в БРИКС (Бразилия, Индия, Китай, Южная Африка), а также в разработке и реализации конгрессно-выставочных проектов.

«Петербург последние несколько лет последовательно укрепляет свои позиции в российской и мировой туристической индустрии. Мы активно развиваем деловой и событийный туризм, ежегодно проводим ряд крупных российских и международных отраслевых форумов. Подписание соглашения – еще один шаг в этом направлении, оно откроет новые возможности для продвижения Северной столицы как ведущего центра делового туризма. Установление прямых контактов на всех уровнях, вплоть

до муниципалитетов, будет способствовать реализации новых проектов в сфере туризма», – подчеркнул губернатор Александр Беглов.

Он отметил, что одним из ближайших проектов сотрудничества Международного Муниципального Форума стран БРИКС+ и Конгрессно-выставочного бюро Санкт-Петербурга станет совместная работа на туристских выставках в Индии осенью 2022 года.

В ноябре 2022 года в Северной столице пройдет IV Международный Муниципальный Форум стран БРИКС+. Ключевыми темами форума станут глобальные тренды в бизнесе и социуме, национальные цели развития, вопросы урбанизации и экологии, новый социальный вектор развития и цифровые решения для государства и бизнеса.

Разрешения и лицензии продлят автоматически

В Санкт-Петербурге обеспечено автоматическое продление сроков действия лицензий и других видов разрешительных документов на 12 месяцев.

В рамках реализации постановления Правительства Российской Федерации от 12.03.2022 № 353 «Об особенностях разрешительной деятельности в Российской Федерации в 2022 году» Правительством Санкт-Петербурга обеспечено автоматическое продление действия разрешений и лицензий.

В Санкт-Петербурге обеспечено автоматическое продление сроков действия лицензий и других видов разрешительных документов на 12 месяцев, а также их упрощенное получение или переоформление в 2022 году. Документы об оценке соответствия, по которым истекает срок в период с 14 марта по 1 сентября, автоматически продлеваются на 12 месяцев. Производство и выпуск в обращение товаров по таким документам возможен по новым датам действия разрешений без необходимости прохождения дополнительных проверок. Квалификационные аттестаты, которые дают право готовить заключения экспертиз результатов инженерных изысканий и проектной документации, теперь будут действовать на 2 года дольше.

Указанные меры позволят снизить нагрузку на организации и предпринимателей, сократить издержки, связанные с прохождением разрешительных процедур.

В Санкт-Петербурге мера затронула в том числе следующие сферы деятельности:

- образование;
- медицинская и фармацевтическая деятельность;
- производство и оборот этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции;
- перевозка пассажиров и багажа легковым такси.

Также на год переносится необходимость прохождения подтверждения соответствия выпускаемой продукции. Эта мера предусмотрена из-за технологических ограничений и необходимости переоборудования российских предприятий в условиях санкционного давления.

Однако, необходимо отметить, что постановление не распространяется на всю продукцию, реализуемую в России. Министерством промышленности и торговли России создан перечень товаров-исключений, в отношении которых не применяются новые правила. Для ввоза и реализации этой продукции потребуется оформление разрешительных документов в порядке, утвержденном соответствующими техническими и регламентами Евразийского экономического союза.

В рамках принятых мер государственные органы наделяются полномочиями принимать решения о сокращении сроков услуг в сфере разрешительной деятельности, о сокращении обязательных требований или перечня документов, предоставляемых для лицензирования, об отмене оценки соответствия обязательным требованиям.

Данная мера относится к нефинансовым мерам поддержки МСП. По данным Правительства РФ, будет продлено или переоформлено более 2,5 млн разрешений. Также предусматривается временное изменение порядка сертификации продукции: до 1 сентября предприятия смогут выпускать в обращение на территории России продукцию, в том числе ввезенную из-за границы, которая подлежит оценке соответствия обязательным требованиям, без получения сертификатов соответствия в органах по сертификации.

Услуги в период турбулентности

Редакция журнала провела блиц-опрос среди предпринимателей, представителей малого и среднего бизнеса и попросила их оценить ситуацию в сфере сервиса и ответить на вопрос:

Что необходимо компаниям малого и среднего бизнеса для развития сферы услуг и нужна ли им помощь со стороны государства?

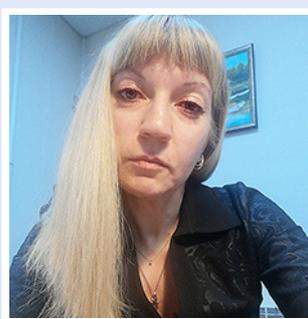


Вера Ильина –
создатель и генеральный
директор **ООО «Момент»**

Качество услуг и опыт не нуждаются в помощи

– На мой взгляд, успех любой компании, работающей в сфере услуг, должны обеспечивать качество продуктов и коммуникации с покупателями. Необходимо прислушиваться к желаниям потребителей, так как потребительский запрос влияет на формирование продукта, его уникальность, ценообразование. Позиционирование товара на рынке формирует его ценность и цену самой услуги. Качественные товары и высокий уровень сервиса задают высокую планку для конкурентов, а конкуренция всегда ведет к развитию рынка. Компания «MOMENT» специализируется на быстрой и комфортной доставке цветов, мы работаем только с лучшими сортами и материалами, чтобы премиальные цветы были доступны для каждого жителя нашего города. Уверена, цветочные композиции, созданные в нашей мастерской, дарят людям самые теплые эмоции, а уровень сервиса гарантирует удовольствие и летнее настроение даже в самый пасмурный день.

Известно, что цветы – это живой материал, который имеет свои индивидуальные особенности, может пострадать при транспортировке, но система нашей работы сводит к минимуму возникающие при обслуживании покупателей сложности. Опытные флористы успешно справляются с любой задачей, доказательство тому более 150 счастливых невест – обладательниц свадебных букетов.



**Светлана
Миклашевич** –
директор
социального магазина
«Линия комфорта»

Нужны надежные партнеры, поддержка власти и свежие идеи

– Магазины социальной сети «Линия комфорта» предоставляют услуги для людей с ограниченными возможностями. На наших плечах лежит ответственность за тех, кто нуждается в помощи, в социальной защите, улучшении жизненных условий. Для таких клиентов у нас всегда можно приобрести абсорбирующее белье – подгузники для взрослых, урологические прокладки, пеленки, средства по уходу за телом, вспомогательные средства опоры, кресла-коляски, трости, средства для самообслуживания, ортопедические изделия и многие другие необходимые для улучшения качества жизни товары. Для удобства покупателей работают интернет-магазины. При необходимости и при заказе от 3000 рублей покупатель может воспользоваться и такой услугой как бесплатная доставка покупки по Санкт-Петербургу. Сотрудники магазина оказывают различные услуги, помогают выбрать индивидуальные технические средства реабилитации, предоставляют их на прокат. Однако и нам для развития бизнеса и улучшения качества оказываемых услуг нужна информационная поддержка со стороны государственных структур. Нужны надежные партнеры и свежие идеи.



Павел Краев –
генеральный директор и учредитель
ООО «Грандмаркет»

Успех обслуживания может обеспечить светофор

Фермерский рынок «Озерки», расположенный на севере Санкт-Петербурга, на Выборгском шоссе, с 2010 года оказывает услуги горожанам и гостям города в снабжении овощами, фруктами и другими товарами. На участке площадью 4 га разместились сотни павильонов для торговли сельскохозяйственной продукцией – овощами и фруктами молоком, медом, грибами, и т. д., здесь фермеры и малые предприниматели Ленобласти и других регионов России, фермеры стран СНГ предлагают петербуржцам свою продукцию. За ее качеством строго следят специалисты. К услугам покупателей на территории торгового центра оборудованы удобная парковка и салон для ремонта автомобилей. При открытии рынка его месторасположение маркетологи оценивали скептически, так как он расположился на границе с городом. Кроме того, в этом районе состояние мелкорозничной торговли считалось хорошим. Но я, как создатель рынка, имея за плечами успешный опыт розничной торговли, верил в успех. И все эти годы центр фермерской торговли успешно развивается в традициях социального бизнеса. На рынке всегда отличный ассортимент товаров и продукции в соответствии с сезоном. Но благоустройство территории продолжается, так как в ближайшее время планирую расширить виды услуг по обслуживанию покупателей. Но для достижения успеха в развитии сферы обслуживания необходимо решить одну проблему – напротив рынка установить светофор, чтобы покупателям было удобно заезжать в торговый центр на машинах.

Если мы говорим, что сегодня главная задача – способствовать росту отечественного сельскохозяйственного производства, развивать торговлю и малый бизнес, улучшать снабжение петербуржцев качественными товарами по доступным ценам, то власть города должна услышать просьбу горожан и оперативно решить вопрос об установке светофора.



Елена Рудикова –
владелица бренда
«Русская линия»

Принятие решений о поддержке бизнеса требует контроля

– Мое предприятие занимается разработкой и изготовлением исторических и театральных костюмов и одежды размера сайз плюс. Что касается помощи в развитии бизнеса оказания услуг в нашей сфере, то начинать надо с решения проблемы подготовки кадров. Сегодня не просто начинать бизнес, если на рынке нет профессионалов швейного производства. Сам процесс подготовки кадров необходимо начинать с пересмотра учебных программ, так как сегодня не готовят практиков. Студенты 4 часа в неделю имеют возможность работать на швейном оборудовании. Второй, не менее актуальной, остается проблема получения помещений для ателье, цехов от города. Это должны быть здания не в разваленном состоянии, как это, к сожалению, бывает, а если и кто-то соглашается взять в аренду такие помещения, то и аренда должна быть лояльной и не взлетать до небес после того как бизнесмен вложил свои средства в ремонт (часто капитальный). При этом вложенные средства следует учитывать при оплате аренды.

Сегодня государство малому бизнесу предоставляет финансовую помощь, выделены огромные средства, что замечательно, только, как всегда, есть но... Толком мало кто знает, как оформить финансовую поддержку, в каких ситуациях откажут в кредите, гранте или субсидии. А отказать могут не потому, что неправильно написан документ, а потому, что не в том порядке указаны какие-то показатели.

Конечно, хочется, чтобы чиновники осознавали, что в нашей стране малый и средний бизнес, это действительно малый и средний, где нет оборотов свыше 3-х до 5-ти миллионов рублей в месяц, а ведь чаще всего именно поэтому в различных инстанциях даже разговаривать не считают нужным, такой бизнес не интересен.

Сегодня принимается много положительных документов, но хочется, чтобы налоговая инспекция на местах работала в соответствии с федеральным законодательством. Если принято решение, что проверки не будут проводиться, так и не надо их проводить, отвлекать предпринимателя от основных дел. Принято решение о льготах, так предоставляйте их... Но по-прежнему предприниматель сталкивается с ситуацией, когда, например, арестовывается банковский счет, на котором есть средства, чтобы оплатить пени или всплывший штраф за какую-то незначительную оплошность. Если же по какой-то причине возникла переплата, то вернуть средства не так просто, на это требуется время. Вот такое взаимодействие власти и бизнеса. Если сверху и принимаются решения в поддержку предпринимательства, то на местах, видимо, их исполнение слабо контролируется.

Сервис как продукт ЭВОЛЮЦИИ



Понятие сервиса не существовало в древние времена, однако прямо или опосредованно сервисное обслуживание проявлялось в различных сферах жизни людей и совершенствовалось одновременно с развитием социально-культурной среды человека.

Научно-технический прогресс – стимул в развитии качества сервиса

С самых ранних пор развития человеческого общества возникает выделение отдельных видов деятельности, которые существуют одновременно и выполняют разные социальные функции. При этом каждый вид деятельности осуществляется определенными группами людей. Этот процесс в науке

получил название «общественное разделение труда». В качестве одной из сфер деятельности общества выступает удовлетворение повседневных потребностей людей, обнаруживаются первоначальные черты сервисной деятельности.

Сама этимология слова «сервис» отсылает нас в давние исторические времена. Сервы (от лат. *servus* – раб) – рабы в Древнем Риме и полукрепостные слуги феодалов в средневековой Европе. Уже тогда это

были социальные группы, главным занятием которых было обслуживание, удовлетворение повседневных нужд своих хозяев, представителей «верхов» общества, хотя это не было сферой их профессиональной деятельности в современном смысле.

На последующих этапах общественного развития взаимообмен деятельностью и ее результатами исторически видоизменялся, сервисная деятельность как результат разделения труда зависела от уров-

ня развития общества, его производительных сил, от социальной структуры общества, отношений собственности, отношений между людьми и социальными группами.

Сервисная деятельность представляет собой упорядоченную последовательность действий людей, подчиненную достижению определенных целей. Исключительное многообразие видов услуг порождает множество классификаций, их упорядочение и выделение классов соответственно многообразию видов и разновидностей сервисной деятельности. Наиболее общей классификацией является выделение пяти общих типов услуг.

Производственные услуги – инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт сложной бытовой техники и транспортных средств, строительные услуги.

Распределительные услуги – оптовая и розничная торговля, транспорт, связь.

Социально-профессиональные услуги – финансы, банки, страхование, консультирование, аудит, реклама, недвижимость.

Потребительские услуги – жилищно-коммунальные услуги, бытовые услуги, изготовление и ремонт товаров по заказу населения, прокат сложной бытовой техники и транспортных средств.

Социальные услуги – культура, образование, наука и научное обслуживание, физкультура и спорт, медицина, туризм, защита прав, социальная помощь, гостеприимство, охрана, ритуалы. Сфера сервиса исключительно изменчива и динамична. Поэтому проблема классификации услуг и сервисной деятельности не представляется окончательно решенной.

Основным фактором роста сферы услуг является состояние и уровень развития научно-технического прогресса (НТП). От этого в значительной мере зависит обслуживание высокотехнологичных товаров и оборудования, включая транспортировку и хранение, установку и монтаж оборудования, заправку энергоносителями, обслуживание в процессе эксплуатации и др.

В последнее время значительное развитие получили традиционные услуги в банковской деятельности

(банкоматы, пластиковые карты, электронные базы данных) при создании новых областей сервиса, базирующихся на интеграции компьютерной техники и средств телекоммуникаций, и новых возможностей ведения бизнеса в сетях Интернета.

В результате роста благосостояния отдельных групп населения увеличивается спрос на комплекс услуг, связанных с проведением отдыха, туризмом, спортом и др.

Постоянное увеличение возрастного состава населения вызывает развитие сферы услуг в области здравоохранения и страхования, поддержания физической активности, образовательных программ, доставки товаров, уборки помещений и др.

В условиях кризисного состояния экономики страны наблюдается опережающее развитие маркетинговой среды в сфере услуг. Это вызывает обострение конкурентной борьбы между сервисными организациями. Вводится понятие «виртуальное рыночное пространство» (ВРП) – новый тип рыночной среды, где покупатели и продавцы осуществляют операции по купле и продаже, расчетные операции по заключенным сделкам. ВРП имеет значительные преимущества перед существующими видами услуг.

В настоящее время множество услуг, оказываемых сервисными организациями, связаны с информацией и технологией. Вместе с тем существенно расширяются возможности совершенствования и повышения эффективности работы сервисных организаций. Благодаря широкому доступу к базам данных о потребителях значительно изменились процессы обслуживания. Возросшие объемы инноваций в сфере услуг способны в корне изменить представление о природе услуг. Например, использование ВРП в сфере услуг и установление контактов с сервисными организациями позволяют увеличить производительность последних, осуществлять покупку (продажу) различных услуг в любом месте и в любое время. Это позволяет также осуществлять систему электронных платежей, существенно упростить и снизить трудоемкость при формировании баз данных, обеспечить систему автоматизированного обслуживания клиентов, создать необходимые до-

полнительные удобства и обеспечить экономию времени и материальных затрат. Перечень услуг чрезвычайно разнообразен. Наибольшее развитие в нашей стране получили услуги, оказываемые на транспорте, средствами связи, жилищно-коммунальные и бытовые услуги.

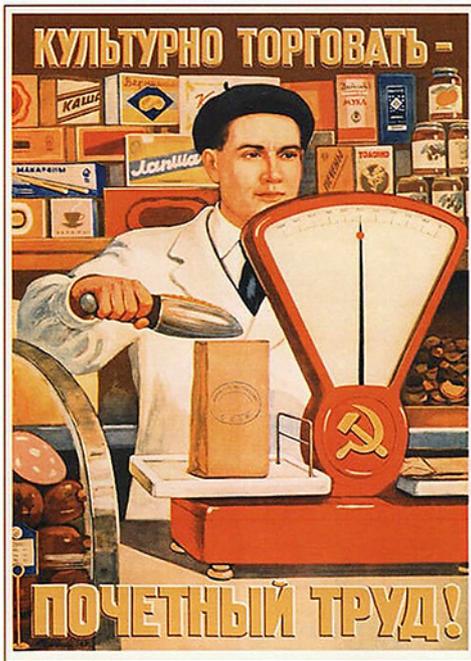
Развитие сервисной деятельности и спрос на услуги основываются, прежде всего, на росте промышленного производства и повышении покупательной способности населения.

Эволюция сервиса

Для каждой исторической эпохи и каждой цивилизации характерны свое содержание и направленность развития сферы услуг.

Слово «service» имеет более 10 значений – служба, сообщение, услуга, одолжение; обслуживать клиента, проводить осмотр и текущий ремонт и др. Сужение значения англоязычного «сервис» в русском языке связано со словом «обслуживание». Сфера деятельности, которая получила название «сервис», имеет свои национальные истоки, где бытовая культура нации проявляла себя в особом отношении к человеку (теперь это называют «культура сервиса»). В социальной структуре русского общества издавна существовала занимавшаяся услугами социальная прослойка (гостиницы, постоянные дворы, рестораны, пивные, вокзалы и проч.), в которой был выработан профессиональный поведенческий стереотип с четким социальным и этическим опытом услуги, служения, пользы и т. д.

Негативное осмысление понятия услуги (после революции 1917 года) привело к началу разрушения традиционной народной этики, где служить другим, услужить другим осознавалось как неперемное условие нравственности православного человека, поэтому достаточно неоднозначно употреблялось слово «услужить» («прислужить») в народной и элитной культуре. В связи с этим бытовая сфера, а вместе с ней и те, кто ею занимался, выпав из официальной культуры советского общества, не смогла развиваться по двум причинам: во – первых, были преданы забвению традиции услуг,



Плакат времен СССР

сформировавшиеся в русском обществе благодаря национальной этике и способные соперничать с западно-европейскими; во-вторых, игнорирование, принципиальное нежелание административной хозяйственной элиты и общества признать важность и необходимость совершенствования развития технологий сервиса.

В результате этический конфликт личности между желанием хорошо работать и нежеланием обслуживать (прислуживать) был достаточно напряженным у лиц, занятых в сфере бытового обслуживания и смежных с ней областях. Отсюда, культурный уровень услуг и бытовая культура повседневности оставались на невысоком уровне. В сравнении с Западом в России фраза: «у нас бытовое обслуживание – у них сервис» имело в свое время вполне определенный смысл. Поэтому в настоящее время, развивая уровень услуг и бытовой культуры, термин «сервис» занимает свое место в новой перспективной области исследований – сервисологии, призванной совершенствовать традиции национальной культуры повседневности.

В традиционных архаических сообществах морфология сервиса определялась ритуалом. Например, обычай центральноазиатских кочевников предписывал усаживать гостей в задней стороне юрты и

подавать им напитки и пищу только правой рукой. При проведении трапезы все участники располагались по возрастному и социальному ранжиру: справа и к западу – старшие, слева и к востоку – младшие.

Развитие сервиса в архаических сообществах тесно связано с формированием этикета. Например, по адыгскому традиционному праву, человека, нарушившего законы гостеприимства, сбрасывали в пропасть. А если гость хвалил какую-либо вещь, обычай требовал преподнести ему ее в подарок. Действовало правило «трех дней», в течение которых услужение гостю составляло главную и едва ли не единственную заботу всего родового коллектива. По истечении этого срока он воспринимался уже в качестве члена семьи и обхождение с ним упрощалось.

По кабардинскому этикету плеть, повешенная за ремешок, указывала, что гость торопится, тогда как висющаяся на соединении с рукоятью подрагивала длительное гостевание. В связи с этим было сформировано настоящее распознавание гостя по условным знакам, более совершенное, чем предупреждение желаний клиента современными сервисными агентами.

В древних бюрократических империях, с точки зрения экономики, пропорции дарового обмена соотносились с иерархическим положением дарителей. Например, ответный дар китайского правителя всегда превосходил по стоимости приносимые подношения, его масштабы были тем больше, чем было выше положение правителя в отношении визитера.

Чингисхан проявлял следующий характер дарового обмена. Когда один из трех пойманных европейских купцов назвал цену привезенных им тканей выше действительной, монгольский правитель приказал изъять товар у торговца, а его самого заключить под стражу. А двум другим купцам, подарившим ему ткань, он выдал плату, несоизмеримо большую реальной стоимости товара. Таким образом, подарок оказался выгоднее продажи. Этим поступком Чингисхан и другие правители, вступая в товарообмен, добивались не дешевой покупки, а

поддержания престижа своей власти, и в дальнейшем такие решения оказывались более выгодными в коммерческом отношении, нежели участие в рыночных торгах.

В иерархических общественных системах произошло изменение понятия «сервиса». Осуществление профессиональной деятельности по оказанию услуг стало ассоциироваться с низшим сословным статусом, т. е. трактовка определения возводит его к рабскому или зависимому состоянию. В средневековой Англии сервами называли дворовых слуг. Русское «услужение» содержало презрение в интонации к лицам, занятым сервисной деятельностью в феодальную эпоху. Занятие сервисом в это время считалось недостойным свободного человека, а, например, в Японии, оно было несовместимо с пониманием мужского достоинства и относилось к женской деятельности. В Москве в конце XIX века плата за вывоз нечистот достигала баснословной по тем временам суммы – 12 рублей. Такая плата объясняется тем, что работников на это занятие было не найти.

В крепостнической России сервис был по своей социальной природе холопским, в народном сознании дворовый человек категорически отделялся от крестьянского мира. Труд крестьянина противопоставлялось услужению челяди. В отличие от современного сервиса, ориентированного на массового потребителя, холопский был связан с обслуживанием лишь персоны хозяина и его семьи. Например, у одного генерала было 800 слуг, 12 из которых были приставлены к его незаконнорожденным отпрыскам. А у одного расточительного графа было 400 слуг, включая 17 лакеев, каждый из которых имел строго специализированное назначение – один подавал воду, другой зажигал трубку и т. д. Другой помещик завел себе охотничий оркестр, в котором каждый из музыкантов специализировался на игре только одной ноты.

Между тем, в феномене прислуги прослеживается историческая эволюция сервисной системы от ориентации на обслуживание конкретного лица к обслуживанию массового потребителя.

Организация сервиса в эпоху феодализма в целом ориентировалась не столько на достижения бытовых удобств, сколько на поддержание социального статуса. Желание «пустить пыль в глаза», эпатировать блеском, великолепием, расточительством, было ведущим мотивом развития сферы услуг в этот период. Данный «век галантности», к сожалению, был и веком «отвратительной нечистоплотности». Например, символ европейской моды и королевского великолепия Лувр был, как известно, окутан зловониями из-за отсутствия даже примитивной системы отхожих мест. Посещение Лувра Леонардо да Винчи подвигло его спроектировать для своего патрона короля Франциска I туалет со смывом.

В России такой «фасадный» сервис занимал доминирующее положение в XIX веке. Например, просторные дворцы русских императоров и вельмож плохо отапливались, и поэтому оказывались непригодными для жилья в зимнее время. А иностранные путеводители предостерегали путешественников в Россию от использования мягкой мебели, которая являлась рассадником клопов. Известный путешественник Альфред де Кюстин по рекомендации местного лакея купил и возил по России железную кровать, при установке помещал под каждую ножку чашку с водой. Такая тривиальная вещь как унитаз, в России получила распространение только в 1880-е годы.

Принципиально иная модель, где уже сервису отводилось почетное место, стала складываться в рамках средневековой европейской культуры в результате установления христианской системы координат. Не случайно происхождение многих сервисных служб восходит к средневековым монашеским орденам. Именно усилиями рыцарских орденов создается разветвленная сеть банков, госпиталей, гостиниц и т. п.

Орден сервитов, посвященный Деве Марии (буквально – рабов Девы Марии), стал одной из наиболее влиятельных монашеских организаций и распространил свою деятельность на Италию, Польшу, Венгрию, Чехию, Францию, Нидерланды. Орден учредили 17.02.1233

семь патрициев Флоренции. Члены этого ордена прославились на ниве оказания услуг нуждающимся, видя в такого рода деятельности исполнение христианского долга. Существует мнение, что именно от сервитов слово «сервис» было привнесено в европейский лексикон

Утверждение принципов бытия протестантской культуры имело революционное значение для мировоззренческого переосмысления общественной функции сервиса. «Мир воспринимался в качестве храма, а если мир – храм, то он требует не презрения, как сфера низкой природы, а соответствующего благоустройства». Именно в протестантских странах впервые в Европе в массовом порядке стали обустривать отхожие места и кладбища. Новая сервисная система наиболее быстрыми темпами развивалась в Англии, где сервис, оценивавшийся прежде как рабское занятие, возводится в ранг уважаемой профессии, поскольку «мы все рабы Божьи». Даже прическа английских пуритан, выбривавших, подобно рабам, свои затылки, подчеркивало равенство людей перед Господом (таким образом, популярная ныне молодежная стрижка восходит в своем происхождении к религиозным истокам).

В культуре Нового времени завершилась трансформация сервиса. Профессионализация сервисной сферы в это время фактически ликвидировала «класс прислуги», т. е. сословный сервис вытеснялся профессиональным. Хотя даже в демократических странах еще в XX веке сохранились пережитки прежней системы, например, в некоторых домах среднего класса имелся слуга.

Переход к индустриальной эпохе определил новый этап сервиса, связанный не только с промышленной революцией, но и стремительным экономическим развитием. Во время индустриального общества сервису отводилось подчиненное в рамках решения производственных задач положение. Его функции определялись очередной фазой разделения труда, обусловленной необходимостью создания инфраструктуры бытового обслуживания населения, задействованного в промышленном секторе. Массовость сервиса при-

водит к окончательной реабилитации ряда профессий, считавшихся прежде презренными (например, ассенизатор, дворник, прачка и т. д.). Имеющиеся сферы сервиса в процессе разделения труда на Западе делят на три сектора: первичный – сельскохозяйственный, вторичный – промышленный, а «услуги», включавшие и торговлю, и транспорт, и банковское дело, и администрацию, относят к третичным. К сожалению, историки и экономисты при конструировании моделей истории и экономики пренебрегали важностью третичного сектора и переоценивали первичный и вторичный секторы.

Доля населения, занятая в сфере услуг



Отличительной особенностью постиндустриального общества является то, что все большая часть населения оказывается трудоустроенной именно в секторе услуг, занятость в котором во всем мире, начиная с 2000 года, имеет тенденцию к росту.

Переход к постиндустриальному обществу привел к новой сервисной революции, связанной с созданием «глобального сервисного пространства» и «сервизации мировой и национальной экономик». Широкое распространение получили новые понятия «новая экономика услуг» и «экономика сервисного типа». В настоящее время на Западе сектор услуг занимает от 65 до 80 % совокупного общественного производства, интегрируя более ¾ трудоспособных

граждан, при объеме инвестиций, превышающем 50 % капиталовложений. Сервисным флагманом выступает США, где 80 % коммерческих предприятий относят к индустрии сервиса. Для развитого государства, чем значительнее потенциал сервисной инфраструктуры, тем выше уровень развития общества. В связи с этим первенство американцев в современном мире очевидно. Несмотря на это, низкий уровень заработной платы азиатских и латиноамериканских рабочих делает размещение индустриального производства в странах «третьего мира» более выгодным, нежели в северной Америке или Европе. В результате реальное товарное производство на Западе стремительно сокращается и, возможно, в перспективе приблизится к нулевой отметке. Высвобождаемые из сферы товарного производства западные индустриальные рабочие перекавалифицируются в работников непродовольственных отраслей, т. е. бурное развитие на Западе сервисной инфраструктуры есть прямое следствие его деиндустриализации (вместо американца, перекавалифицировавшегося в брокера, у конвейера встал малаец, и таким образом высокий уровень западного сервиса основывается на эксплуатации всего мира).

В современном постиндустриальном обществе сервис восходит на невиданную прежде иерархии общественных приоритетов высоту. Стирается грань между сервисом и не – сервисом, так как в настоящее время возникает сложность не столько в определении различных аспектов сервиса, сколько в установлении отраслей, к нему не относящихся.

Становление рынка сервисных услуг в современной России

Развитие в 1992–1995 годах в России малого предпринимательства не обошло сферу сервисной деятельности. Малые сервисные предприятия легче трансформировались и адаптировались к изменениям рыночной и экономической ситуации в целом, развивались активнее, чем предприятия производственной сферы.



Одной из самых востребованных услуг начала 90-х были видеосалоны, а позднее прокаты видеокассет.

Первыми предприятиями, предположившими потребителям услуги более высокого качества, были кооперативы и индивидуальные предприниматели. С них началась перестройка системы бытового обслуживания.

Население проявило повышенный интерес к их услугам. Развитие кооперативных сервисных организаций обеспечило значительное расширение производства товаров и услуг без существенных капиталовложений, широкое использование небольших местных источников сырья и отходов крупного производства, выравнивание уровней обслуживания в разных регионах и населенных пунктах, вовлечение в трудовую деятельность пенсионеров, учащихся, домохозяйек, инвалидов, а также всех желающих подработать в свободное время, распределение дохода по статьям накопления и потребления.

Кооперативные сервисные предприятия могли выбирать вид деятельности, оперативно менять ассортимент в зависимости от спроса, приобретать материалы за наличный расчет, повышать или снижать цены и т. д., а государственные сервисные предприятия были лишены таких прав. Но, с другой стороны, у государственных предприятий были

свои преимущества. Так, кооперативы приобретали помещения и оборудование за счет собственных средств, государственные предприятия финансировались в соответствии с планом. Наряду с этим кооперативы располагали примитивным оборудованием и выполняли заказы с большими трудностями, а государственные предприятия, например, по ремонту обуви, оснащенные современным оборудованием, простаивали из-за отсутствия потребителей услуг. Оплата в кооперативах изначально была гораздо выше, чем на государственных предприятиях, что, естественно, создавало постоянную текучесть кадров на государственных предприятиях.

Важнейшая социальная функция – увеличение свободного времени потребителей за счет сокращения домашнего малопроизводительного труда.

Каждый рубль, затраченный на приобретение бытовой услуги у кооперативного предприятия, позволял освободить 1,5 ч труда в домашнем хозяйстве.

Сроки обслуживания были фактором конкурентоспособности кооперативов. Потребители экономили свое время, а значит, и деньги. Другая социально-значимая функция кооперативов состояла в

расширении ассортимента услуг, более полном удовлетворении спроса в соответствии с индивидуальными запросами населения. Примером экономического значения производства бытовых услуг является значительная экономия семейного бюджета за счет ремонта обуви, сложной радиоэлектронной аппаратуры, бытовых приборов и т. д. В то же время уровень развития бытового обслуживания существенно отставал от потребностей населения. Даже развивающиеся кооперативы не могли удовлетворить весь спрос на услуги.

Данные социологических исследований по стране в конце 80-х годов XX века показали, что спрос на услуги бытового обслуживания удовлетворялся в целом всего на 30-40%. Социологические опросы свидетельствовали о существенных проблемах сферы услуг.

Так, на вопрос: «Пользуетесь ли Вы услугами службы быта?» утвердительно ответили 96% респондентов. Качеством ремонта бытовой техники были недовольны 47%, обуви – 65 %, часов – 60 %, работой химчистки – 63 %, косметологов (парикмахерские и другие салоны) – 73 %, фотоателье – 80 % опрошенных.

Причины столь низкого уровня культуры и качества обслуживания были заложены в самой структуре кооперативов. Помимо действительных недостатков и внутренних проблем, развитие кооперативного движения тормозилось существующим стереотипом настороженности и недоверия к кооперативам, как со стороны потребителей, так и руководителей министерств, ведомств и управлений. Причем если в первом случае недоверие можно было объяснить русским менталитетом, то во втором – бюрократической системой управления. Развитие кооперативов не могло выступать панацеей в решении заданных проблем в сфере услуг, поскольку деятельность кооперативов была лишь частью деятельности сферы бытового обслуживания. Кооперативы в любом виде были более мобильной формой организации сервисной деятельности, которая была основана на принципах самокупаемости и самоуправления.

Конкуренция – стимул для развития сервиса

В последние десятилетия в Россию стала поступать информация о прогрессивных формах и методах оказания услуг, требованиях к качеству услуг. Активное использование этой информации и внедрение зарубежного опыта повысили спрос на услуги, изменили структуру потребительского рынка. Благодаря росту благосостояния отдельных групп населения появились категории потребителей с новыми потребностями и требованиями к услугам. Материально обеспеченные потребители обладают высокой покупательной способностью и большой потребностью в широком ассортименте услуг, повышающих комфорт их жизнедеятельности.

Сервисные организации стали уделять большее внимание индивидуальным запросам потребителей, начали приспосабливаться к более жестким требованиям к качеству обслуживания. Возникли конкурентные отношения между отечественными и зарубежными организациями, внедряющимися на российский рынок. Конкуренция в сфере сервиса стала весьма ощутимой. Конкурентная ситуация явилась дополнительным стимулом для развития и совершенствования работы сервисных предприятий России, поиска новых потребителей, формирования ассортимента услуг для обеспеченных и малоимущих слоев населения с соответствующими для них ценами на услуги. Перечисленные факторы обеспечили реструктуризацию рынка услуг, определили адресность работы сервисных предприятий. Возникли новые направления сервисной деятельности, удовлетворяющие современным потребностям, как индивидуальных потребителей, так и организаций (услуги банков, туристские услуги, информационные услуги, охранные услуги личной, информационной, финансовой безопасности).

За последнее десятилетие в структуре платных услуг населению снизилась доля бытовых услуг и услуг, оказываемых в санаториях, существенно возросла доля услуг связи, жилищно-коммунальных и

медицинских услуг, услуг системы образования. Одновременно с этим развитие товарного производства стимулировало увеличение спроса на услуги, связанные с обслуживанием и ремонтом товаров. Увеличение производства российских и объемов продаж зарубежных транспортных средств в России повысили спрос на услуги по ремонту и техническому обслуживанию автотранспортных средств. Появление новых и простых в употреблении фотоаппаратов увеличило спрос на услуги фотографии по проявке и печати фотоматериалов. В 2003 году в структуре услуг населению наибольший удельный вес заняли услуги транспорта и связи, бытовые и жилищно-коммунальные услуги. Новые технологии оказания услуг, полученные из-за рубежа, стимулировали развитие сервисной деятельности и популяризацию услуг, например, послепродажное обслуживание покупателей с предоставлением бесплатных информационно-консультативных услуг, гарантийного и послегарантийного ремонта и технического обслуживания бытовых машин, приборов и устройств. Потребность в этих видах услуг в большой степени сформировалась с повышением технической сложности товаров. Развитие предпродажного и послепродажного сервисного обслуживания обеспечивает конкурентоспособность бытовой техники, способствует сращиванию сервисной и производственной деятельности. В России на долю услуг приходится более 50% ВВП.

Сервисная деятельность организаций и индивидуальных предпринимателей вносит большой вклад в экономику государства, в промышленно-развитых странах на долю сервисной деятельности приходится более половины валового внутреннего продукта. Сервисная деятельность обеспечивает рост экономического потенциала страны, а также трудовую занятость населения, экономию времени и денег потребителей, повышение качества жизни людей, способствует развитию производства. Развитие научно-технического прогресса породило новые виды услуг, связанные с передачей, обработкой и анализом информации, например, такие как информационный и доку-

ментационный сервис, аудиторские услуги, услуги беспроводной связи, интерактивной связи. Более изысканные формы обслуживания и разнообразные виды услуг появились в области социально-культурного сервиса. На рынке сервисных услуг постоянно рождаются новые направления обслуживания с более высоким уровнем качества. Современный процесс обслуживания основывается на анализе потребностей человека в индивидуальных услугах, диагностике и моделировании процесса обслуживания, материальных объектов и услуг. Конкурентоспособность сервисных организаций сегодня базируется на анализе потребностей заказчиков, особенностей спроса на услуги в зависимости от пола, возраста и индивидуальных особенностей потребителей, а также психологических факторов процесса обслуживания, вопросов психологии моды, психологии воздействия рекламы.

Сервисные организации ведут жесткую конкурентную борьбу за потребителей, в которой победа остается за организациями, оказывающими услуги, соответствующие запросам потребителей. Российские организации сервисного обслуживания совершенствуют формы и методы обслуживания, технику оказания услуг, стремятся удовлетворить растущие запросы потребителей.

Зарубежный опыт подтверждает, что рост сферы услуг – одно из важных направлений развития современной экономики. Доля услуг в валовом национальном продукте развитых стран составляет от 2/3 до 3/4. Что касается развития сферы услуг в России, то можно отметить, что в период плановой экономики сфера услуг была развита достаточно слабо. В настоящее время образовались новые современные сервисные организации, оказывающие услуги, соответствующие международным стандартам. Основой работы современных конкурентоспособных сервисных организаций являются эффективные технологии обслуживания, современное оборудование, качественное сырье, высококвалифицированный персонал. Рост экономического благосостояния России и развитие деловой экономической жизни сформировали спрос

на новые виды услуг, повысили требования к качеству обслуживания потребителей.

В современной предпринимательской среде в сфере сервиса особенно в крупных городах все больше внимания уделяется качеству сервиса, понимая, что именно оно становится безусловным конкурентным преимуществом. Сфера услуг занимает главенствующее место в экономике развитых и развивающихся стран, а также стран с экономикой переходного типа (например, Россия). Так что же происходит с сервисом в России сейчас? Что делают компании для повышения качества обслуживания? Как оценивают сервис потребители?

Ключевая роль в формировании качества сервиса отводится сотрудникам компании. Но, в свою очередь, на его умение поддерживать коммуникацию с клиентом, а также профессиональные характеристики должна влиять культура сервиса компании в целом. Каждая компания, которая заинтересована в получении высокой прибыли должна уделять вопросу обслуживания достаточно много внимания. Одним из главных правил такой компании является: «Клиент должен быть доволен!». Деятельность в сфере сервиса направлена на то, чтобы за отдельную плату оказать клиенту индивидуальные услуги. Конечным результатом этой деятельности должно быть повышение качества жизни населения. При отсутствии сервисного обслуживания товар или услуга теряет свою потребительскую ценность, то есть он становится неконкурентным и отвергается клиентом. Фирма, которая выпускает изделия, требующие сервисного сопровождения и не предлагающая никаких его форм заранее обречена на поражение в конкурентной борьбе. В большинстве случаев недостаточное качество сервиса в России обусловлено тем, что многие граждане Российской Федерации, еще не так давно жившие в СССР, привыкли к советскому не навязчивому сервису. В наши дни клиент выбирает, где и что ему купить. То есть, он может покупать в том месте, где качество товаров немного ниже, но зато ему предоставляют качественный сер-

вис. А плохой сервис – это прежде всего неуважение к своему клиенту и нежелание дальнейшего развития компании В национальном исследовании 2019 RCStudio потребителям и компаниям предложили оценить обслуживание в России. Оценка клиентов оказалась на целый балл ниже, чем оценка качества сервиса самой компанией. Компания судит, глядя на цифры, доходности, а клиент ориентируется на ощущение «комфортно-некомфортно». Компания смотрит на количество закрытых обращений от клиентов, не всегда разобравшись в том, действительно ли проблема решена. Клиент же оценивает не только факт решения проблемы, но и отношение лично к себе. Нужно заметить, что качество сервиса играет немаловажную роль лишь для людей с достатком выше среднего, ведь они требуют к себе повышенного внимания. Например, практически во всех зарубежных компаниях, где клиенту приходится ожидать услугу, клиенту всегда предлагают чай или кофе, а у нас такое можно встретить крайне редко.

Или очень часто даже в самых престижных и дорогих ресторанах клиент может ожидать исполнение заказа более 40 минут.



Сотрудники российских компаний стали намного чаще, улыбаться своим клиентам
(+82 % случаев, по данным компании NEXTEP Research на 2020 год)

Одной из главных проблем современного российского сервиса явля-

ются кадры. Высококачественный сервис требует высококвалифицированных сотрудников, и на подготовку такого персонала тратятся большие средства. Не каждая компания может себе позволить такие траты. Тем самым сервис в компании остается на очень низком уровне. Однако, медленно, но верно, понимая важность качества обслуживания сотрудники сферы обслуживания начинают меняться. Так, по данным компании NEXTEP Research, к 2020 году сотрудники российских компаний стали намного чаще, улыбаться своим клиентам (+82 % случаев). Значительно увеличилось количество работников, приветствующих посетителей при встрече (+9 %). Еще более заметный рост продемонстрировал такой компонент, как «прощание». Единственным параметром, продолжающим демонстрировать низкий результат, осталось «дополнительное предложение».

В Москве и во многих других городах появилась специальная технология mystery shopping, которая позволяет анонимно оценить работу персонала компании, качества услуг и товаров с целью улучшения качества обслуживания. С помощью этой технологии теперь любая фирма может проанализировать качество предоставляемых ею услуг, а также узнать все о качестве сервиса конкурентов.

Как исправить сервис в России? Компании необходимо осознать, что уважение и сочувствие ценится выше, чем технологии, которые применяются в вашей компании. С одной стороны, вы можете внедрить в свою компанию самые передовые технологии, но с другой, эти технологии могут очень сильно раздражать клиента. Например, чат-бот, не учитывает потребности клиента и отвечает ему шаблонными фразами. Также необходимо принять, что бизнес зарабатывает лишь в том случае, когда помогает. Ваши сотрудники должны стараться помочь клиенту, тем более он оплатит вам эту помощь. Чем лучше вы ему поможете, тем дороже будете стоить в его глазах. И самое главное нужно обращаться к клиенту за помощью. Оценивать сервис – это не задача компании, а задача клиента.

«Лучшие» сферы бизнеса по качеству обслуживания



«Худшие» сферы бизнеса по качеству обслуживания



Компания NEXTEP Research провела исследование уровня удовлетворенности обслуживанием в нашей стране в 2021 году. Оказалось, что стремительный рост показателя, который можно было отметить в предыдущие годы, приостановился.

Выяснилось, также, что пятерка лидеров по качеству обслуживания клиентов не претерпела значительных изменений за последние годы, это: банки, рестораны, салоны красоты, автосалоны, турагентства.

Самое большое недовольство обслуживанием у россиян вызывает посещение государственных учреждений в 2021 году (отметили 65% опрошенных). Они возглавили рейтинг «худших» по уровню сервиса сфер со значительным отрывом (+29% от рынков, занявших второе место).

Несмотря на то, что состав пятерки «худших» сфер не изменился, намечаются положительные тенденции в результатах. Рынки, вокзалы и супермаркеты во время последнего замера вызывали недовольства у меньшего количества потребителей (в среднем – на 6%).

Клиентов обслуживают лучше при продаже услуг, чем при продаже товаров.

Современные тренды обслуживания



Тренд №1: Внедрение передовых технологий в деятельность контакт-центров

Сегодня технологии, связанные с обслуживанием клиентов, развиваются намного быстрее, чем когда-либо. Появляются всевозможные решения для автоматизации и ускорения работы контакт-центров – от голосовых и чат-ботов до анализа речи и виртуальных помощников на основе искусственного интеллекта.

Все эти современные технологии упрощают обслуживание клиентов и повышают эффективность всех процессов.

Тренд №2: Интуитивное и удобное клиентское обслуживание

Ожидания клиентов от компаний множатся в геометрической прогрессии, и бизнесу нужно находить пути развития, чтобы не отставать от конкурентов и удовлетворять постоянно растущие потребности покупателей. Для этого компании не только совершенствуют продукты и услуги, но и делают более удобными и простыми в использовании приложения и веб-сайты для общения с клиентами.

Для обеспечения максимального качества обслуживания клиентов важно уделить внимание:

Простоте использования: интуитивно понятный интерфейс и возможность самообслуживания;

Удобству процесса покупки: процесс, в котором клиентам не нужно вносить большое количество данных при совершении заказа, потому что его можно автоматизировать. Для этого можно использовать голосовых ботов. Они способны синтезировать и распознавать речь, самостоятельно звонить покупателям и записывать всю информацию о заказе.

Персонализации: ориентация на требования и ожидания каждого потребителя помогает установить прочную связь с клиентами.

Тренд №3: Самообслуживание

Под самообслуживанием в контакт-центрах подразумевается возможность для клиента решить свою проблему самостоятельно с помощью голосового бота, не вступая в диалог с живым оператором. Это выгодно всем, так как клиенты смогут быстро и самостоятельно получить ответы на свои вопросы, а операторы не будут перегружены незначительными задачами.

Тренд №4: Опросы клиентов для улучшения обслуживания

Отзывы помогают бизнесу узнавать о своих слабых и сильных сторонах, оперативно исправлять недостатки и делать акцент на преимуществах. Именно поэтому важно мотивировать клиентов оставлять обратную связь и собирать отзывы удобным для потребителей способом.

Тренд №5: Технологии видеосвязи в обслуживании клиентов

По мере того как новое поколение клиентов, ориентированных на технологии, становится финансово независимым, компании сталкиваются с необходимостью расширять свои возможности общения с аудиторией. Это является особенно актуальным в 2020 году, когда из-за меняющихся условий работы формат видео стал самым популярным вариантом общения для многих организаций: школы, фитнес-клубы и даже сфера недвижимости. Таким образом, тренд на видео продолжит развиваться, захватывая новые отрасли.

Тренд №6: Конфиденциальность и прозрачность

Во время звонка в колл-центр часто можно услышать фразу «Этот разговор записывается». Это показатель того, что компания анализирует историю запросов клиентов и старается персонализировать свои предложения, а также отслеживает общую статистику разговоров с клиентами.

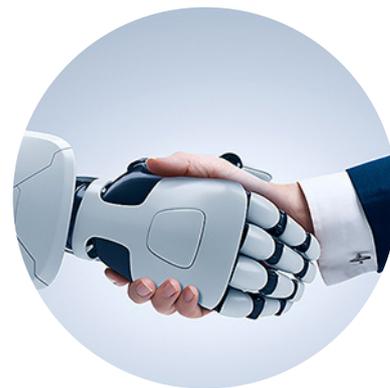
Используя запись телефонных разговоров, компаниям важно не забывать о защите частной информации, поскольку ее утечка может стоить больших денег и репутации. Ни один клиент не хочет, чтобы его личные данные стали общедоступными или чтобы его преследовали с неинтересными предложениями. Поэтому важно обеспечить защиту личных и демографических данных каждого клиента. Последний тренд в этой области – защитить данные, размещая их в облаке.

Тренд № 7: Омниканальность

Один из основных источников неудовлетворенности клиентов – необходимость отвечать на одни и те же вопросы более одного раза. Например, когда клиент хочет найти решение своей проблемы, его могут бесконечно переводить к более компетентному оператору, каждому из которых нужно повторять одно и то же.

Эту проблему легко решить: обеспечить обновление информации в CRM-системе в режиме реального времени, чтобы подключившийся к разговору сотрудник имел все данные об истории взаимодействий с клиентом;

Использовать омниканальное обслуживание: благодаря интеграции всех каналов оператор сможет найти необходимое время для решения проблемы, не заставляя клиента ждать в очереди. Когда ответ будет готов, его можно отправить по любому удобному каналу: электронная почта, SMS или мессенджер.



Тренд № 8: Баланс между роботами и людьми

Один из главных трендов в обслуживании клиентов – поиск баланса между автоматизацией и живым общением с клиентами. Автоматизация всех процессов взаимодействия с клиентами – вариант, далекий от идеала, поскольку всегда есть ситуации, требующие нестандартного подхода. В таком случае участие живого оператора в решении проблем абонентов необходимо. Поэтому даже если компания использует голосовых роботов, в их скрипте обязательно должны быть опции для передачи разговора реальному сотруднику.

Тренд № 9: Прогнозирование запросов клиентов

Компании стараются прогнозировать запросы клиентов и решать их проблемы до того, как раздраженные клиенты обращаются в контакт-центр. Например, жилищно-коммунальные предприятия могут точно прогнозировать возможные задержки в обслуживании в выходные дни, так как большинство запросов поступает именно в это время.

Такие компании в периоды пиковой активности часто предлагают своим клиентам помощь и варианты самообслуживания. Это позволяет снижать количество входящих звонков в контакт-центр.

Аренда – тормоз или стимул для развития бизнеса?

Индивидуальный предприниматель Александр Николаевич Грачев с 2009 года развивает бизнес в сфере услуг, принимает активное участие в деятельности Общественного совета по развитию малого предпринимательства в Колпинском районе и Ассоциации предприятий химической чистки и прачечных. Его бизнес отмечен многочисленными наградами как лучший в индустрии сервиса района и города, коллектив не раз был призером в конкурсах «Лучший по профессии», отмечался благодарственными письмами от Администрации Колпинского района и дипломами Правительства Санкт-Петербурга «За качество товаров, работ и услуг».



Александр Грачев –
индивидуальный предприниматель, владелец сети химчисток и прачечных «Прима»

– Мы арендовали в течение шести лет помещение в Кудрово (ул. Венская д. 4, к.1) у собственника, так как считали услуги химчистки и прачечной будут востребованы у жителей новостройки, где нет инфраструктуры и конкуренции.

? Вы сделали ремонт, закупили и смонтировали оборудование в новом микрорайоне, оказались ли услуги химчистки востребованными?

В новостройке были и свои особенности. Во-первых, помещение под аренду было без необходимых удобств. Мы сами сделали ремонт, провели сети, смонтировали полы, сантехнику, потолки и так далее.

Во-вторых, для размещения приемного пункта химчистки надо было всего 15-20 м². Пришлось скооперироваться с салоном красоты и салоном фотоуслуг, чтобы арендовать площадь в 104 м². К сожалению, помещения меньшего размера не хотят делать ни застройщики, ни собственники площадей. Приходится приспосабливаться под ситуацию на рынке.

Далее началась «раскрутка» бизнеса на новом месте. Около года

работали в минус или в ноль, затем мы старались вернуть затраты на ремонт, оборудование и так далее. Где-то через год – полтора предприятие стало приносить не очень большую прибыль.

И тут, пришел коронавирус. Предприниматель салона красоты, арендовавший большую площадь, оказался в логдауне и разорился. После него сменилось 4 арендатора.

Мы же работали, несмотря на возникшие сложности, а порой себе в убыток – не хотелось бросать раскрученное помещение с нарабатанной клиентской базой. У меня была надежда, что тяжелые времена пройдут, и все затраты покроет будущая прибыль.

Все это время собственник площадей плату за аренду получал в срок.

За шесть лет аренды я обращался к собственнику площадей много раз, с просьбой пересмотреть стоимость аренды, но получал один и тот-же ответ: «Не нравится, съезжайте».

? Каков же итог сложившейся ситуации?

– История с арендой завершилась не в пользу химчистки. Возник

вопрос нехватки электрической мощности: субарендатор установил тепловую завесу. Собственник же шесть лет исправно получавший деньги за аренду, ничего не предпринимавший для улучшения помещения и даже поддержания его в порядке, прислал мне письмо о расторжении договора аренды.

Получается «интересная» картина. Предприниматели, арендующие помещения, несут все расходы и риски, покрывают арендодателю все платежи, штрафы, чрезвычайные ситуации.

Каждый шаг предпринимателя сферы услуг регламентируется законами и запретами: законом о защите прав потребителя, налоговым законодательством... Бизнес обязан соблюдать экологическую безопасность, санитарные нормы и тому подобное.

Такую ситуацию в сфере услуг я считаю несправедливой, она требует пересмотра. Следует учитывать, что патент на предпринимательскую деятельность оформляется в налоговой на адрес аренды. На этот же адрес заключены договоры, оформлены касса, эквайринг и так далее.

Справка:

Альтернативой аренды в частном секторе может являться государственная. Реестр помещений, предлагаемых в аренду субъектам МСП городом, опубликован на сайте www.gov.spb.ru. Список объектов постоянно пополняется.

Успех бизнеса в сфере услуг – творчество!



Студия перманентного макияжа PermanentHall основана специалистом мирового уровня Аленой Петровой, которая имеет безупречную репутацию, демонстрирует высокий профессионализм, что подтверждают награды и дипломы. Коллектив студии – участник и лауреат многочисленных премий. Мастера неоднократно занимали призовые места на российских и международных конкурсах. Руководитель студии Алена Петрова входит в топ 35 успешных женщин Москвы и Санкт-Петербурга. В номинации премии здоровья и красоты «Melagrana» ей присуждена премия гран-при «Персона года». Об успехах и секретах сферы услуг с ней беседует наш корреспондент.

Алена Петрова –
владелица студии **PermanentHall**, визажист,
мастер перманентного макияжа международного уровня

? **Алена, Ваша студия PermanentHall несколько лет подряд была лауреатом премий «Хрустальный лотос», Aurora Diamond awards и Melagrana – 2016 и 2017, премии**

Russian beauty – 2018, проводившихся в сфере услуг. Расскажите, каким был Ваш путь к успеху?

– Моя история успеха – это отношение к жизни, способ честно

зарабатывать на жизнь и ощущение радости от свободы, которую обеспечивает собственное дело. Разве творчество, которое дарит мне радость и достойный уровень жизни, это бизнес? Мне всегда казалось,

**“Мне известно
лишь одно решение.
Человек может быть
успешен только в
том деле, которым
он с радостью
занимался бы
и без оплаты”**

что говорить о бизнесе должны руководители огромных производств, крупных магазинов, банков. Но если бизнес – источник дохода, деловое предприятие, тогда, безусловно, я тоже занимаюсь бизнесом. Обеспечиваю своих сотрудников работой, предлагаю клиентам качественные и востребованные услуги, получаю доход. Словом, занимаюсь любимым делом, которое и есть мой бизнес! Возможно, моя философия ведения малого, но очень красивого, бизнеса будет кому-то полезна.

Меня всегда восхищали красота лиц, поступков, творения рук и умов! Красота лица – это словно обещание счастья, красота поступков – это уже свидетельство духовного развития. Красота – это вектор движения вперед! Если есть желание и силы, надо улучшать качество жизни, даже если степень запросов непритязательна. Чтобы выглядеть уверенно в современном мире, требуются определенные затраты. Финансовая стабильность предоставляет возможность иметь культурный досуг, покупать книги, путешествовать, получать достойное образование, оказывать поддержку старшему поколению и многое другое. Финансовый достаток дает и свободу выбора в жизни. Поиск своего места под солнцем – дело отнюдь не простое. Мир не заплатит ни на копейку больше, чем вы попросите за свои услуги. Чем более эксклюзивно предложение, тем выше гонорар. Остается выбрать, чем удивить мир?!

Мне известно лишь одно решение. Человек может быть успешен только в том деле, которым он с радостью занимался бы и без оплаты. Я не умею проектировать мосты, строить космические корабли и не разбираюсь в квантовой физике. Но я тонко чувствую красоту. Я умею найти в каждом облике очарование и подчеркнуть красоту. Мне нравится вдохновлять и поддерживать окружающих, но также я могу и сказать твердое «нет», когда это требуется. И еще мне важна стабильность. Если это результат от эстетической косметологии, он должен быть длительным, если любовь, дружба, доверие и сотрудничество – это навсегда!

Перманентным макияжем я занялась в 2002 году и постепенно превратила это увлечение в бизнес. На рынке красоты в сфере услуг уже 20 лет и никогда не испытывала недостатка в клиентах. В 2007 году открыла студию перманентной красоты. Сегодня горжусь успехами своих учеников, мастеров PermanentHall, восхищаюсь их профессионализмом и очень уважаю их человеческие качества. Мои ученики входят в рейтинг ста лучших мастеров мира по оценке профессионального журнала The Lines.

Но главное преимущество, которую дает мне бизнес и персональный бренд – это возможность выбора людей, с которыми общаешься (сотрудники, клиенты, коллеги, партнеры). Я искренне люблю своих клиентов и благодарю каждого за то, что выбрал мою студию. Предложений на рынке перманентного макияжа много, и выбор PermanentHall – это признание первенства. Для поддержания этого имиджа сотрудники постоянно учатся. Могу заверить, что мы умеем все в своей профессии и делаем это качественно.

? Насколько качество услуг связано с кадровым составом?

– Взаимное уважение и честность – принципы студии PermanentHall. От нас не уходят в другие места, потому что в каждом человеке, доверившем нам свою внешность, мы видим душу и умеем отразить красоту. Конечно, я могу, но умышленно не желаю расширять штат студии. Не хочется ставить на

конвейер обучение и превращать атмосферу творчества в комбинат по добычанию денег. Научить хорошо за две недели невозможно, хороших специалистов приходится готовить годами, чтобы передать им мастерство и любовь к делу. Качество услуг сегодня позволяет нашим мастерам претендовать на хороший гонорар, поэтому и нет желания превращать гармоничную среду в погоню за деньгами.

? И все же цель предпринимательства получать прибыль?

– Клиенты, общаясь со мной и мастерами студии, не видят в наших глазах мелькания долларов, напротив, часто расслабившись в нашей уютной среде, готовы получить дополнительную услугу. Наш микрокосмос наполнен светлой и созидательной энергией. Студия PermanentHall – место красоты и взаимного уважения. Это огромное преимущество для развития бизнеса и признания бренда.

? Вы, наверное, знаете особую формулу красоты?

– Родиться с идеальными внешними данными – это удача, и выпадает она единицам, а стать красивой или привлекательной – это выбор, который делает сама женщина. Путь к раскрытию красоты и реализации энергии для женщины простирается гораздо дальше, чем проявление деловых качеств и повышение социального статуса. Это путь длиною в жизнь. По мере раскрытия своего потенциала настоящая женщина хорошеет год от года. Поговорка «Встречают по одежке, а провожают по уму» прекрасно расставляет приоритеты. Богатый внутренний мир не виден сразу, а внешняя красота очевидна. Всем приятнее общаться с человеком, который хорошо выглядит, ухожен, одет опрятно и со вкусом. Макияж – одежда лица, такая же, как и костюм, прикрывающий тело. Создание своего образа требует большого труда, результат которого наполняет жизнь красотой, радостью и гармонией.

“Если Вы родились женщиной, мужчиной стать не выйдет. Можно стать только неухоженной женщиной, а это и есть обман природы”

Начиная с юного возраста, в зависимости от обстоятельств и окружения, женщина делает выбор по созданию привлекательной внешности. Женщина, не использующая макияж, зачастую убеждена, что таким образом она демонстрирует образ умного и серьезного человека. Это заблуждение. Необходимость надевать одежду не только на тело, но и на лицо, удел мудрых, интеллигентных женщин. Так же утверждение, что макияж как способ приукрашивания является обманом, несостоятельно.

Макияж в современном обществе – это еще и элемент необходимой вежливости. Он не может быть обманом, скорее это забота об окружающих. Ведь именно они видят наши преимущества и недостатки, поэтому стоит заботиться о внешнем виде. Если Вы родились женщиной, мужчиной стать не выйдет. Можно стать только неухоженной женщиной, а это и есть обман природы. Нет на свете той женщины, у которой не теплеет на сердце, когда она слышит о том, что красива. Эта врожденная женская потребность неистребима вне зависимости от возраста, статуса или вероисповедания. Мнение о том, что мужчинам не нравятся накрашенные женщины, тоже требует доказательств. Кому из мужчин не понравится ухоженная женщина? Накрашенная и ухоженная не синонимы. Мужчины на самом деле любят не естественную красоту, они любят натуральную красоту, которую женщина умело создает с помощью правильно подобранной косметики. Не стоит забывать, что мужчины сами не знают, чего они хотят от внешности жен-



Мастера PermanentHall входят в рейтинг ста лучших мастеров мира по оценке профессионального журнала The Lines

щины, но абсолютно точно людям, не зависимо от их пола, приятнее видеть красоту и здоровье, быть любимыми и счастливыми. Ежедневное бритье для мужчин – точно такая же дань уважения к женщине и к обществу, как и ежедневный макияж для женщин. Во всем этом, пожалуй, и есть секрет формулы красоты. И для этого нет необходимости ожидать особый, подходящий момент, чтобы предстать во всем блеске собственной красоты. Особый момент сегодня, сейчас. Ухоженная женщина – это гимн жизни, именно та энергия, которая является ресурсом для развития. Чем бы Вы не занимались, где бы ни находились, Ваша красивая душа должна достойно выглядеть внешне. Самый простой способ показать всю красоту души миру, это дать себе труд оформить внешность в самом гармоничном варианте.

? Появились ли у мастеров проблемы из-за санкций? Подорожали ли расходники и оборудование?

– С момента введения экономических санкций поднялись цены процентов на 20–30 на расходные (пигменты, картриджи). Но по заверениям поставщиков, перебоев с обеспечением расходными не намечается. И небольшое подорожание, думаю, не остановит наших клиентов.

Перманентный макияж – синоним постоянной красоты, уверенности и привлекательности. Именно эти качества несут с собой эмоции, а значит энергию жизни. С древних времен умение женщины выбрать качественное и лучшее, было залогом жизнеспособности всего рода. Принимая решение о перманентном украшении своего облика необходимо лишь тщательно выбрать своего проводника в мир красоты. Долгие годы этот специалист будет оберегать Вашу внешность от изменений, которые несет время, деликатно превращая нисходящие линии в восходящие, заботливо подправляя изменившиеся оттенки пигмента, насыщая их до благоприятных.

«Необходимо делать свою работу честно, как и в экономически спокойные периоды. Любые кризисы являются отличными маркерами проверки качества. Мыльные пузыри (маркетинговые ходы, красивые упаковки и обертки услуг) во время кризиса схлопываются, а настоящие специалисты остаются на плаву»

? Во время пандемии Вы стали лауреатом престижной международной премии красоты и здоровья ГРАЦИЯ в номинации «Перманентный макияж, профессионализм и качество». В 2021 году коллектив PermanentHall получил премию Beauty and Health Top-50 персон и брендов как лучшая студия в Санкт-Петербурге по выбору клиентов. Что способствовало успеху? Что обеспечивает стабильность Вашей финансовой политики, когда меняются цены на самые разные услуги? Столкнулись ли вы с необходимостью повышения цен?

– Финансовая политика студии PermanentHall, несмотря на санкции и пандемические ограничения, заключается в стабильном предоставлении услуг нашим клиентам без поднятия их стоимости. Студии в этом году исполняется 15 лет, за которые мы пережили не один кризис и приобрели твердый иммунитет на любые обстоятельства. Стабильность, на мой взгляд, это признак мастерства. Нашего умения балансировать в различные периоды экономических штормов сегодня достаточно, чтобы обеспечить клиентов, выбравших PermanentHall в качестве проводника в мир перманентной красоты. Мы гарантируем уровень услуг без потери качества

и дополнительных трат. Цены мы не поднимали и будем удерживать их за счет профессионализма. Более того, мы сделали наши услуги более доступными, как это было в период пандемии, когда мы устанавливали антикризисные цены и не только сохранили, но и увеличили нашу клиентскую базу.

? Что сейчас во время санкций необходимо для достижения успехов в развитии сферы услуг и для повышения качества обслуживания клиентов?

– Необходимо делать свою работу честно, как и в экономически спокойные периоды. Любые кризисы являются отличными маркерами проверки качества. Мыльные пузыри (маркетинговые ходы, красивые упаковки и обертки услуг) во время кризиса схлопываются, а настоящие специалисты остаются на плаву. Нужно просто продолжать работать, не оборачиваясь и не отчаиваясь, несмотря ни на что, просто делать то, что умеешь хорошо с любовью к людям. В нашей ситуации ничего менять не нужно, со всеми возникающими вопросами, связанными с санкциями, мы справляемся без помощи со стороны.

? Алена, в последнее время малым предпринимателям государство и город предлагают различные меры поддержки для сохранения и развития бизнеса. Воспользовались ли Вы этой помощью?

– Мы не использовали этот ресурс, так как, несмотря на ситуацию на рынке услуг, у нас достаточно желающих обратиться за услугами по качественному перманентному макияжу. Работа наша творческая, клиентов хватает, выводить на поток, масштабировать и монетизировать такую тонкую и интимную сферу услуг как перманентный макияж не входит в наши планы и в концепцию творческой реализации услуг.

PermanentHall не гипермаркет, а скорее аутентичное место, где нет спешки и погони за прибылью. У власти сегодня и так достаточно задач и проблем, на решение кото-

рых направить финансы и энергию. Мы прекрасно справляемся своими силами. Скажу больше, мы, исправно платим налоги и занимаемся благотворительностью, сотрудничаем с фондом «Подари надежду», помогаем любимому Санкт-Петербургу и его жителям.

? Более 15000 процедур, более 1000 отзывов и фото довольных гостей и клиентов можно увидеть на сайте #PermanentHall. Цифры говорят, что бренд студии – ее визитная карточка?

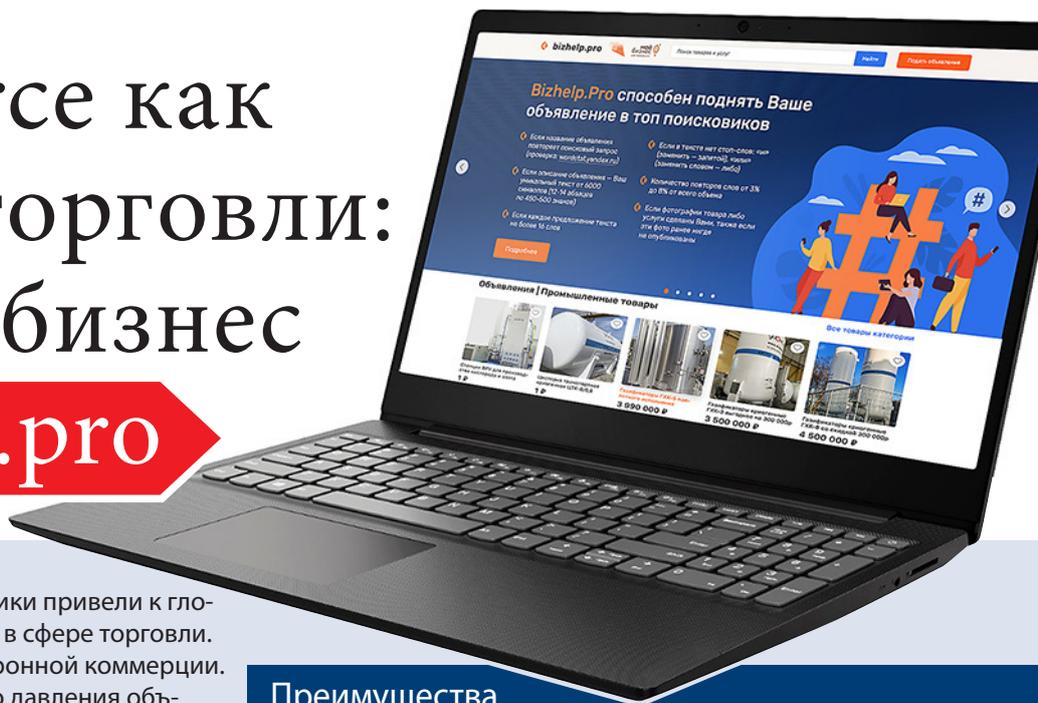
– Безусловно, да. Наш слоган неизменен много лет: «PermanentHall – место силы, красоты и взаимного уважения!». Наше нежное отношение к клиентам взаимно. С древних времен умение женщины выбрать качественное и лучшее, было залогом жизнеспособности всего рода. Принимая решение о перманентном украшении своего облика необходимо тщательно выбрать своего проводника в мир красоты. Долгие годы этот специалист будет оберегать внешность от возрастных изменений, деликатно превращая нисходящие линии в восходящие, заботливо исправляя изменившиеся оттенки пигмента, насыщая их до благоприятных. Создание своего образа требует большого труда, результат которого наполняет жизнь красотой, радостью и гармонией.

При этом никакая другая реклама, как сарафанное радио, так эффективно не работает на бренд нашей студии. Мы давно не рекламируем свои услуги, нас находят по рекомендациям наших клиентов, для которых PermanentHall – это давно визитная карточка сервиса и качественных услуг, что эффективнее любой рекламы в других источниках. Мы всегда рады новым посетителям. Общение с нашими специалистами – процесс творческий, а услуги всегда доставят радость и удовольствие тем, кто выбрал PermanentHall.

– Благодарю Вас за приятную беседу.

Нина БЕЛОЦЕРКОВЕЦ

Е-commerce как будущее торговли: Развивай бизнес с **Vizhelp.pro**



Пандемия и цифровизация экономики привели к глобальным и кардинальным переменам в сфере торговли. Ключевой тренд – бурный рост электронной коммерции.

В условиях внешнего санкционного давления объемы интернет-торговли, по оценкам специалистов, в России неизбежно будут увеличиваться. И этому есть объяснение – в 2022 году объем рынка трансграничной онлайн-торговли сократился на 25% по сравнению с аналогичным периодом 2021 года.

На фоне растущей конкуренции на рынке e-commerce, торговая интернет-площадка для субъектов малого и среднего бизнеса Санкт-Петербурга Bizhelp.pro нашла возможность упрочить свои позиции. На это указывает статистика закупочной деятельности на онлайн-ресурсе. Доля закупок на сервисе выросла на 12%.

Bizhelp.pro имеет весь необходимый для начала предпринимательства и развития бизнеса функционал, даже в такие трудные для бизнеса времена. На платформе Bizhelp.pro публикуются объявления о продаже товаров и услуг субъектов малого и среднего предпринимательства для пяти категорий СМСП.

Сервис, запущенный НО «Фонд развития субъектов МСП в СПб» в 2020 году, сделал ставку на бесплатное продвижение товаров и услуг малых и средних компаний. Мера поддержки бизнеса сразу приобрела большую популярность в предпринимательской среде. За два года Bizhelp.pro поддержал в непростых экономических условиях порядка 500 субъектов МСП Санкт-Петербурга и начинающих предпринимателей, которые разместили на платформе несколько тысяч позиций товаров и услуг.

Уникальность ресурса в его доступности. Владельцы малого и среднего бизнеса не всегда могут правильно оформить рекламное объявление о продвижении своих товаров и услуг. Bizhelp.pro предоставляет услуги по созданию объявлений бесплатно.

Еще одним бесспорным преимуществом платформы является система управления контентом – CMS. С помощью этой системы объявления, размещенные на площадке, достаточно быстро попадают в ТОП органической выдачи двух поисковых систем: Яндекс и Google.

Bizhelp.pro признан лучшей региональной практикой в масштабах всей страны в 2021 году и был включен в каталог практик цифровой платформы СМАРТЕКА Агентства стратегических инициатив и рекомендован к тиражированию в регионах России.

Преимущества размещения объявлений на площадке **Bizhelp.pro**

Огромный охват аудитории – все регионы России.

Быстрый рост площадки в поисковых системах Яндекс и Google.

Возможность неограниченного размещения объявлений от одной компании, предпринимателя, самозанятого.

Стабильный прирост трафика на сайты предпринимателей, благодаря размещению на Платформе Bizhelp.pro.

Маркетинговая поддержка в части продвижения объявлений.

Возможность формирования собственного интернет-магазина на бесплатной основе.

Экономия собственного рекламного бюджета.

Механизм реализации услуги Площадки:

- пользователь регистрируется на Площадке;
- подтверждает свой эл. адрес, переходя по ссылке в письме, высланном ему на указанный им эл. адрес;
- пользователь создает объявления о продаже товаров и услуг в Личном кабинете и публикует их на Площадке;
- из объявлений формируется интернет-магазин зарегистрированного пользователя Площадки;
- услуги доступны непосредственно в Личном кабинете зарегистрированного пользователя на сайте bizhelp.pro.

Проект Bizhelp.pro прочно закрепился в сфере электронной торговли и уверенно движется в сторону расширения функционала. Так, уже с августа 2022 года на онлайн-торговой площадке размещать объявления о товарах и услугах смогут самозанятые и социальные предприниматели. Для этих категорий предпринимателей будут созданы персонализированные формы регистрации.

Тем, кто ищет дополнительные каналы сбыта также будет выгодно разместить свои объявления на bizhelp.pro