

© 2012 г. *Н.А. Оганнисян*  
*УДК 330*

## **ВОЗНИКНОВЕНИЕ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ**

В целом деловые услуги – неотъемлемая часть и способствование любого дела, они имеют существенное значение при проведении деловых операций, в маркетинге по техническому обслуживанию, в обучении, консультациях, рекламных услугах. Достаточно четкое определение деловых услуг дал В. Николайчук [1, с. 26]. Деловые услуги, по его мнению, представляют собой целенаправленную предпринимательскую деятельность по оптимизации и рационализации процессов, протекающих в сферах производства, распределения, обращения, производственного потребления и социального (государственного, муниципального) управления. Опираясь на данную трактовку деловых услуг и учитывая мнение других авторов<sup>1</sup> в области исследования деловых услуг, можно сказать, что деловые услуги – это услуги, предоставляемые одной стороной другой с целью повышения конкурентоспособности последней или эффективного продвижения профессиональной деятельности.

Анализ научных источников показал, что теме возникновения и развития деловых услуг посвящено не так много работ. Однако существуют многочисленные работы, посвященные отдельным видам деловых услуг. Например, консалтинговым услугам – А.П. Посадский, А. Кудинов, К. Макхэм, Ф.И. Шарков и т.д. Работы А.В. Тютюнник, А.В. Турбанова, И.А. Разумова посвящены исследованию банковских услуг. Подробное исследование аутсорсинга освещено в работах Б.А. Аникиной и И.Л. Рудая. Несмотря на то, что сфера деловых услуг является сравнительно молодой, сама сфера деловых услуг возникла в глубокой древности. Для создания общих этапов эволюции и развития деловых услуг рассмотрим некоторые виды деловых услуг и проанализируем их эволюцию развития.

Современный консалтинг имеет давнюю историю, и в древние времена общество прибегало к консультационной помощи. Например, Цезарь, Рамзес

<sup>1</sup>Р. Домари, В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева, Е.Э. Автухова и др.

И пользовались консультациями своих советников. Конечно же, эти услуги отличались от многообразных услуг, которые предлагают нынешние консалтинговые услуги, тем не менее, они существовали. Ссудные и обменные операции, ростовщичество, осуществление платежей и сделок операций по поручению клиента (комиссионные операции), прием депозитов, отдельные проявления банковских операций мы встречаем в истории египетской цивилизации, Вавилона, Древней Греции, Римской империи. Так, в 8 в. до н.э. Вавилонский банк принимал денежные вклады, предоставляя кредиты и т.д [2].

Ипотека – еще один вид банковских услуг, который имеет древнейшие корни. Впервые он был упомянут в законодательстве Солона (6 в. до н.э.) [3,4]. В 594 г. до н.э. один из легендарных «семи мудрецов» древности Солон предложил ставить на имении должника столб с надписью, гласящей, что эта земля служит обеспечением прав кредитора на определенную сумму. Такой столб получил название ипотека. На нем отмечались все долги собственника земли. Позже для этой цели стали использовать особые книги, называвшиеся ипотечными [2]. Такая профессия как бухгалтер-аудитор возникла в прошлом веке в акционерных обществах Европы.

В Великобритании бухгалтеры-аудиторы появились в XIX веке, где в 1862 г. вышел закон об обязательном аудите, во Франции – в 1867 г., в США – в 1937 г. В России аудиторская деятельность и профессия аудитора в их современном виде появились сравнительно недавно. Профессор Ю.А. Данилевский отмечает, что попытки создать в России институт аудита предпринимались в 1889, 1912, и 1928 гг., но все они закончились провалом. Четвертая попытка, наиболее успешная, предпринята в конце 80-х гг. [5].

Термин Паблик Рилейшнз появился недавно, но если вернуться в древние времена, то можно увидеть, что и тогда существовало это искусство, только изменился тип публичной политики. Г.Г. Почепцов в своих работах утверждает, что уже с древних времен выделяются в особый цех тех, кто в коммуникативной сфере социального управления. В античности появляются первые ораторы – Демосфен в Греции, Цицерон в Древнем Риме. Плутарх приводит такой пример, связанный с мастерством Цицерона: «Поистине, человек этот лучше всех сумел показать римлянам, сколько привлекательности может придать правому делу красноречие: он показал, что правда непреоборима, если ее высказывают умело, и что хорошему государственному деятелю надлежит на

деле всегда предпочитать правое угодному толпе, а речью скрашивать горечь полезного» [6]. Также у Цицерона существует несколько советов, которые применяют современные специалисты по Паблик Рилейшнз: «Мы же следуем природе и избегаем всего того, что оскорбляет наш взор и слух, осанка, походка, способ сидеть, выражение лица, глаз, движение рук – все это должно оставаться подобающим» [7]. На публике бизнесмены и политики в нынешнее время должны удерживать внимание аудитории, улыбаться, уметь убеждать и т.д.

Аутсорсинг считается явлением XX в. Б.А. Аникин и И.И. Рудая считают, что сама идея привлечения ресурсов специализированной фирмы для решения стоящих перед организацией задач отнюдь не является новой. Эта идея и механизм ее реализации известны с тех пор как в экономической теории, а затем и в научном менеджменте сформировались понятия разделения труда, специализации и кооперации. Тем не менее, именно в условиях экономической глобализации разделение труда и производственная кооперация в мировом масштабе открывают совершенно новые перспективы для применения давно известных принципов организации производственной деятельности и управления ею.

Опираясь на исследования многих авторов [8, с. 65-69; 9, с. 19], можно говорить об определенной эволюции деловых услуг.

К начальному этапу возникновения прообразов некоторых видов деловых услуг можно отнести *период с XVII-XIX вв.*:

1. Возникновение страхового договора (1340-1350 гг.). Среди видов страхования преобладает морское страхование.
2. В XVII в. значительное развитие получает страхование во Франции, Италии, Испании и т.д.
3. Привлечение организациями специализированных фирм для решения юридических проблем.
4. С 1841 г. предпосылки зарождения рекламного агентства.
5. В конце XIX – начало XX века происходит кристаллизация нового вида профессиональной деятельности, связанной с управлением общественным мнением (прообразы нынешнего Паблик Рилейшнз).

*2 Этап – Начало XX века 1920-1930-е гг.:*

1. К началу 1920-х гг. страхование стало рассматриваться как одно из наиболее прибыльных направлений в бизнесе. Страхование становится формой крупного предпринимательства. Появляются первые страховые картели,

концерны, имевшие международный характер (Берлин 1874 год). В СССР в 1925 году было утверждено положение о государственном страховании.

2. Применение метода кооперации узкоспециализированных производств в автомобилестроении.

3. Начало XX века появление рекламных агентств с полным циклом услуг.

*3 Этап – 1940-1950-е гг.:*

1. В 1940-1946 гг. традиционная рекламная деятельность резко сократилось, особую важность приобрело создание Военно-рекламного совета. После 1950-х гг. реклама становится как необходимый компонент в общей структуре деловой активности.

2. С 1945-1965 годы – Бум Паблик Рилейшнз, это объясняется тем, что во время Второй Мировой войны товаров не хватало, и потому не было потребности в рекламе. После Второй Мировой войны многие специалисты по рекламе становятся консультантами Паблик Рилейшнз в министерствах и т.д. Началось обучение в колледжах, и присуждались степени бакалавров по Паблик Рилейшнз.

*4 этап – конец 1950-начало 1970-х гг.:*

1. Консультационные услуги еще с древних времен существует, но консультанты с высоким уровнем профессионализма появились в начале 1960-х гг. К ним можно отнести Наполитан Джозеф, Бекли, Мартин ванн Бюрен и т.д.

2. В 1955 году основана Международная ассоциация по Паблик Рилейшнз.

3. Начало новых видов коммуникации.

4. Энергетический кризис 70-х гг.

5. Необходимость применения логистического подхода для управления материальными потоками в сфере обращения.

6. Начало аналитического консалтинга с использованием телевидения.

7. С 1965 года начинается эпоха информационного общества.

*5 этап – конец XX века:*

1. Формирование и развитие глобальных информационных сетей.

2. В 1993 г. вышел закон о страховании, который явилось фундаментом развития страхового рынка в России.

3. Развитие и продвижение банковских услуг.

4. Эффективно функционирует система контроля качества банковских услуг.

*6 этап – начало XXI века:*

1. В России введена учебная дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» и подготовка соответствующих специалистов.
2. Увеличение размеров капитала и активов страховых организаций.
3. Многообразие видов страховых услуг.
4. Широкое использование услуг в области IT и телекоммуникаций.
5. Развитие логистического сервиса.
6. Банки предлагают широкий спектр услуг.
7. Оперативное управление и улучшение качества услуг банка.

*7 этап – Сегодняшние дни:*

1. В сфере логистики происходит быстрое прохождение материальных и информационных потоков, что позволяет осуществлять мониторинг всех фаз движения продукта: от первичного источника до конечного потребителя.
2. Создание развитой системы страховых посредников, развитие операций по обязательному страхованию.
3. Выход страхования за национальные границы, приобретение международного характера.
4. Глобализация страхового рынка.
5. Глобальный аутсорсинг.

Таким образом, нами выделено и представлено 7 этапов эволюции и развития деловых услуг: *1 этап – XVII-XIX вв., 2 Этап – Начало XX века 1920-1930-е гг., 3 Этап – 1940-1950-е гг, 4 этап – конец 1950 – начало 1970-х гг., 5 этап – конец XX века, 6 этап – начало XXI века, 7 этап – Сегодняшние дни.*

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Николайчук Н.Е.* Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис. СПб.: Питер, 2005.
2. *Тютюнник А.В., Турбанов А.В.* Банковское дело. М., 2005.
3. *Разумова И.А.* Ипотечное кредитование. Спб., 2009.
4. Большая советская энциклопедия. М., 1976. Т.24. Кн.1.
5. Аудит: Учебник для вузов / В.И.Подольский, Г.Б.Поляк, А.А.Савин и др.; Под ред. В.И. Подольского. М., 2001.

6. *Плутарх. Сравнительные жизнеописания // Плутарх. Сочинения.* М.,1983.
7. *Цицерон. Об обязанностях // Цицерон. О старости. О дружбе. Об обязанностях.* М.,1975.
8. *Сэндидж Ч.Г., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика.* М.: «Прогресс»,1989.
9. *Домнин В.Н. Брендинг: Новые технологии в России.* СПб.: Питер, 2002.

#### L I T E R A T U R E

1. *Nikolaychuk N.E. Marketing and management services. Business service.* St. Petersburg, 2005.
2. *Tyutyunnik A.V., Turbanov A.V. Banking.* М., 2005.
3. *Razumov I.A. Mortgage lending.* Spb., 2009.
4. *Great Soviet Encyclopedia.* М., 1976. Т.24. Book 1.
5. *Audit: textbook for high schools / V.I. Podolsky, G.B. Polyak, A.A. Savin etc.; Ed. V.I. Podolsky.* М., 2001.
6. *Plutarch. Comparative biography // Plutarch. Works.* М., 1983.
7. *Cicero. On the duties // Cicero. On old age. About friendship. The responsibilities.* М., 1975.
8. *Sandage CH.G., Frayburger V., K. Rottsoll Advertising: Theory and Practice.* М.: "Progress", 1989.
9. *Domnin V.N. Branding: The New Technologies in Russia.* St. Petersburg, 2002.