
Развитие потенциала предприятия по оказанию услуг.

Счастливец Олег Олегович
Магистрант УдГУ
E-mail: olegmveu18rus@gmail.com

Аннотация: в статье отражены условия, особенности, процессы деятельности, а также анализ потенциала предприятия по оказанию ритуальных услуг.

Ключевые слова: ритуальные услуги, организационный потенциал предприятия, ресурсные возможности.

Рыночные отношения в сфере оказания ритуальных услуг стали формироваться в начале 2000-х годов, после принятия поправок в действующие законодательные акты и отмены процедуры лицензирования похоронных компании. Как следствие, отмена лицензирования, привела к росту количества компаний, предоставляющих услуги по организации и проведению похорон. В настоящее время похоронная отрасль является довольно конкурентной средой. Поэтому возникает необходимость в исследовании рынка ритуальных услуг, а также отдельных его участников — предприятия, вне зависимости от форм собственности. Одним из ключевых аспектов изучения рынка ритуальных услуг является изучение развития потенциала предприятия, под которым следует понимать совокупность имеющихся ресурсов и возможностей для разработки и реализации стратегии предприятия.

Ритуалы, связанные с погребением, существуют с давних времен, ведь смерть — это закономерный итог жизни каждого человека, соответственно погребение — это неизбежная потребность общества. Человечество, одновременно с моментом своего появления стало развивать определенные ритуалы, которые, впоследствии, привели к возникновению погребальной культуры, тема смерти приняла свою сакральность и начала становится публичным событием. В последующем, на различных этапах развития общества исполнение ритуала погребения входило в обязанности общин, а позже, в советский период, трудовых коллективов либо семей умерших.

Целью исследования послужило изучение развития потенциала предприятия по оказанию ритуальных услуг. К основным задачам написания работы следует отнести исследование факторов, влияющих на потенциал предприятия, таких как статус организации, кооперацию, рекламу и маркетинг, ресурсы предприятия, кадровый потенциал организации, ценовую политику

Похоронные компании, как и все организации и предприятия имеют свой статус, которые определяются ее правовым положением, необходимым для ведения деятельности. В виду того, что оказание ритуальных услуг, так или иначе подразумевает под собой получение прибыли получается, что похоронные компании могут быть представлены в виде коммерческих организации посредством ведения своей деятельности в качестве МУПов, ГУПов, индивидуальных предпринимателей, ООО, ПАО, АО и т.д.

Наличие высокой конкуренции в похоронной отрасли способствуют к адаптации организации во внешней среде. Поэтому и взаимодействие с партнерами в похоронной отрасли является немаловажным аспектом развития потенциала предприятия. В ритуальные услуги, помимо продажи ритуальной продукции в виде гробов, венков и др. входит еще и оказание целого спектра услуг, например оформление документов на погребение, санитарно-гигиеническая обработка тел умерших, транспортировка тел умерших с места наступления смерти. Соответственно, в предприятии похоронной отрасли помимо поставок продукции необходимо также уделить

внимание к заключению договоров с крематориями, постоянному участию в процедурах государственных закупок, выставках ритуальной продукции. Бывает необходимость транспортировки тел умерших в другие города, где необходимо иметь партнера, который мог бы оказать содействие по встрече автокатафалка и организации дальнейшей церемонии прощания.

Давно известно, что инстинкт самосохранения является базовым инстинктом человека. Именно по этой причине большинство людей не любят обсуждать тему смерти. Соответственно у людей изначально негативное отношение к ритуальной отрасли, поэтому в сфере ритуальных услуг присутствует отрицательный спрос. В похоронной отрасли существует два вида конкуренции, это недобросовестная, когда конкурирующие субъекты пытаются искать клиентов путем подкупа сотрудников полиции или скорой помощи и добросовестная — продвижение бренда, чтобы человек в трагической ситуации человек обратился за помощью именно в добросовестную похоронную компанию. Ведь в похоронные компании человек обращается крайне редко, обычно — один или несколько раз в жизни, поэтому организации необходимо нарабатывать определенную репутацию, чтобы люди рекомендовали своим знакомым, которые уже сталкивались с горечью утраты близкого им человека именно эту фирму. Поэтому предприятие по оказанию ритуальных услуг в целях дальнейшего продвижения бренда должно иметь также и ресурсные возможности, к которым можно отнести финансовые, недвижимые, транспортные, человеческие. Финансовые ресурсы похоронной компании это поступление денежных средств, необходимых для обеспечения текущих затрат и ведения деятельности предприятия. Как правило, на рынке ритуальных услуг, это количество заключенных договоров с физическими лицами, поэтому организации необходимо иметь современный, чистый, ухоженный, исправный автотранспорт, например автокатафалки. Необходимо также иметь в структуре предприятия салон по продаже ритуальной продукции и заключению договоров и собственный прощальный зал.

Человеческие ресурсы имеют немаловажный аспект в развитии потенциала предприятия ритуальной отрасли, ведь участие опытного ритуального агента в организации похорон — практическая необходимость. Люди, столкнувшись с горечью утраты близкого им человека понимают, что похоронами должен заниматься опытный, ответственный и деликатный специалист ритуального обслуживания. Поэтому важной частью управления кадровым потенциалом похоронной компании должна являться не только подготовка специалистов. Специалисты похоронной компании должны постоянно совершенствоваться в области психологии, в том числе и психологии горя, быть стойкими и выдержанными, четко знать особенности погребальных обычаев различных народов и религий.

Следующим фактором развития является ценовая политика похоронной компании, которая полностью зависит от платежеспособности населения. Поэтому рассматривать платежеспособность заказчиков в отрыве от общей экономической ситуации в стране нет никакого смысла. Поэтому, здесь надо учитывать не просто экономическую ситуацию сегодня, но и возможное ее изменение в ближайшем будущем. Необходимо попытаться оценить не только объективные факторы, но и субъективные, которые влияют на возможности и желание людей тратить деньги на погребение близких.

К объективным факторам, надо отнести, прежде всего, то, что многие потенциальные заказчики стали более рационально подходить к выбору похоронной компании и их ценовой политике. В результате в похоронной отрасли реально стало ощущаться снижение прибыли. Также к таким процессам можно отнести и то, что заказчик ритуальных услуг, как правило, находится в стрессовом состоянии, не знает своих прав и обязанностей и не способен сделать адекватный выбор, чем и пользуются недобросовестные участники рынка ритуальных услуг.

К субъективным процессам, снижающих потребность населения к ритуальным услугам является

некая табуированность и сакрализация смерти. Люди боятся смерти и не хотят ее обсуждать, а тем более заключать прижизненные договора на оказание ритуальных услуг, как это принято, например в США или странах Евросоюза, где имеются целые страховые программы на организацию похорон, а полученная прибыль инвестируется в дальнейшее развитие похоронной компании, тем самым создавая определенные улучшения в целой отрасли, например инвестирование в частные кладбища и закупку более комфортного транспорта либо, например холодильного оборудования для сохранения тел умерших.

Таким образом, для развития потенциала предприятия по организации ритуальных услуг требуется комплексный подход, учитывающий важнейшие факторы как во внешней так и во внутренней среде, а также условия, в которых протекает его деятельность.

Данная статья была проверена с использованием интернет — ресурса: <https://www.antiplagiat.ru/16.10.2018> в 18:38:30. Оригинальность текста составила 96.31%, заимствования 3,69 %.

ЛИТЕРАТУРА

1. Моисеева Е.Н. «Экономико-социологический анализ рынка ритуальных услуг в России» // <https://www.hse.ru/sci/diss/97916491>)
2. Барков А.В., Грачев Р.Ю. «Ритуальные услуги как объекты рынка социальных услуг» // [Вестник Саратовской государственной юридической академии](https://vestnik.saratovskoy-gosudarstvennoy-yuridicheskoy-akademii.ru) № 3(98) 2014 г., с. 17-26, (<https://cyberleninka.ru/article/v/ritualnye-uslugi-kak-obekty-rynka-sotsialnyh-uslug>)
3. Семенец К.О. «Специфика похоронного дела в России» // Молодой ученый, 2016 г. № 11., с. 1587-1590.
4. Максимов И.С. «Трансформация локального рынка ритуальных услуг в муниципальных образованиях», 2012 г. // <https://search.rsl.ru/ru/record/01005008036>

ССЫЛКИ

1. <https://moluch.ru/archive/115/31000/>
2. <https://ritual.ru/poleznaya-informacia/articles/zachem-nuzhen-ritualnyy-agent-ritual-ru/>
3. http://pohoroni.info/news/common/ritualnie_uslugi,_kak_biznes_v_usloviyah_mirovogo_ekonomicheskogo_razvitiya/