

中等职业教育课程改革创新示范教材

现代服务理论与实务

Xiandai Fuwu Lilun yu Shiwu

山崴 主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

中等职业教育课程改革创新示范教材

现代服务理论与实务

Xiandai Fuwu Lilun yu Shiwu

山葳 主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press
大连

© 山 崴 2014

图书在版编目 (CIP) 数据

现代服务理论与实务 / 山崴主编. —大连 : 东北财经大学出版社, 2014. 6

(中等职业教育课程改革创新示范教材)

ISBN 978-7-5654-1532-6

I. 现… II. 山… III. 商业服务-中等专业学校-教材
IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 103149 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连图腾彩色印刷有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm

字数: 162 千字

印张: 7 1/2

2014 年 6 月第 1 版

2014 年 6 月第 1 次印刷

责任编辑: 周 欢 吴 旻

责任校对: 刘 洋

封面设计: 张智波

版式设计: 钟福建

ISBN 978-7-5654-1532-6

定价: 20.00 元

前言



21 世纪的市场竞争已经从品牌竞争走向了服务竞争,服务质量左右着价格、利润和市场占有率,有前瞻性的公司普遍开始把服务质量当成经营的一个重要环节加以重视。如果说以前的市场是“资本推动型”的话,那么当今的市场则是“服务推动型”的,“资本”的作用在某种程度上已经被“服务”所替代。可以这样说,当今市场中的成功者都具有服务优势。职业教育作为一种就业型教育,非常注重学生服务意识的培养,服务类课程已成为中等职业学校相关专业的骨干课程。

《现代服务理论与实务》这本教材以案例贯穿始终,突破传统的说教,寓“知识”于“故事”之中,用职业学校学生最容易接受的方式,在最短的时间、以最低的阅读成本使学习者在课堂上完成“社会实践”,激发其学习的积极性和主动性,加深学生对知识的理解,提高其在今后工作中的应用能力。

本书由现代服务业概论、建立合理的服务标准、明确恰当的服务规范、把握完善的服务细节、树立正确的服务理念、运用高效的服务方法、提高服务质量的关键、领悟巧妙的服务技巧共八个章节组成。其中第二至第八章的每节都配以案例、评析、要点等,同时这些章节后面还设有课外作业,采用案例分析的方式启发和引导学生,使学生在掌握相关理论和知识的同时,提高思辨和推理能力,学会在纷繁复杂的情况下运用服务技巧解决实际问题。

建议本书总学时为 36 课时,其中每章 4 课时,机动 4 课时。

本书由山巍主编并统稿,可作为各类中等职业学校相关专业的教材,也可作为服务类行业从业人员的培训教材。由于编者水平有限,书中难免有不妥与疏漏之处,诚请读者不吝赐教、指正。

编 者

2014 年 3 月

目 录



篇首语	1
第一章	现代服务业概论 3
第一节	我国三大产业概述
第二节	现代服务业的内涵与发展意义
第三节	现代服务业的分类、特征及发展趋势
第二章	建立合理的服务标准 13
第一节	标准一 对顾客换位思考
第二节	标准二 关心每位顾客
第三节	标准三 服务标准不能只说不做
第四节	标准四 必须要树立可靠形象
第五节	标准五 注重规范的灵活性
第六节	标准六 尽可能节省顾客的时间
第三章	明确恰当的服务规范 23
第一节	规范一 注重顾客的脸面
第二节	规范二 降价不能太随便
第三节	规范三 言行举止是关键
第四节	规范四 规矩至关重要
第五节	规范五 消费者的利益就是我们的利益
第四章	把握完善的服务细节 36
第一节	细节一 出色地掌握专业知识

	第二节 细节二 要控制负面情绪	37
	第三节 细节三 不要诋毁你的对手	39
	第四节 细节四 价格要公道	41
	第五节 细节五 从小事做起改变环境	43
第五章	树立正确的服务理念	45
	第一节 理念一 一切为了顾客	45
	第二节 理念二 体贴周到地为顾客服务	47
	第三节 理念三 要赢得顾客的信赖	50
	第四节 理念四 对你的顾客表示感谢	51
	第五节 理念五 无条件地遵守承诺	53
第六章	运用高效的服务方法	57
	第一节 方法一 不要和顾客争论	57
	第二节 方法二 掌握笑容的价值	59
	第三节 方法三 尽可能来一点幽默	62
	第四节 方法四 每位顾客都需要尊重和善待	64
	第五节 方法五 不要吝惜赞美之词	65
	第六节 方法六 尽可能多关心顾客	68
第七章	提高服务质量的关键	80
	第一节 关键一 以满足顾客的需求为前提	80
	第二节 关键二 以为顾客创造价值为核心	86
	第三节 关键三 时刻做得比顾客预料的多一些	89
	第四节 关键四 对待顾客的投诉要真诚	90
	第五节 关键五 用正确的方式处理顾客的投诉	92
第八章	领悟巧妙的服务技巧	97
	第一节 技巧一 记住顾客的名字	97
	第二节 技巧二 倾听顾客的声音	99
	第三节 技巧三 说话要用心且带感情	102

第四节 技巧四 为每一位顾客建立档案.....	105
第五节 技巧五 顾客需要最起码的尊重.....	107
主要参考文献	109

【篇首语】

顾客至上，假如将顾客视为上帝、企业的生命之源，那么服务就是维系上帝的关键。目前，大部分企业存在的一个关键问题是如何以一切让顾客满意为前提更好地为顾客服务。本门课程通过大量知名企业的经典案例，结合日常生活中的现实情况，用简单明了的阐述加以评析和总结，提炼出具有极强操作性的服务技巧，帮助相关人员实现销售和赢得顾客的忠诚，有效地提升工作绩效。

第一章

现代服务业概论

【学习目标】

1. 了解现代服务业的意义、地位及作用。
2. 了解现代服务业的产生、现状及发展趋势。

第一节

我国三大产业概述

一、我国三大产业的划分

第一、第二、第三产业，是根据社会生产活动的历史发展顺序对产业结构进行的划分。它大体反映了人类生活需要、社会分工和经济发展的不同阶段，基本反映了有史以来人类生产活动的历史顺序，以及社会生产结构与需求结构之间的相互关系，是研究国民经济的一种重要方法。

第一产业是指直接作用于自然界，生产初级产品的产业，即农业，包括种植业、林业、牧业和渔业；第二产业是把初级产品加工成为满足人类生产生活进一步需要的物质资料的产业，即工业（包括采掘工业、制造业、自来水、电力蒸汽、热水、煤气）和建筑业；第三产业则是提供满足人类基本物质资料需要以外的进一步生产和消费等需要的产品和服务的部门，即除第一、第二产业以外的其他各产业。根据我国的实际情况，第三产业可以分为两大部门：一是流通部门；二是服务部门。

二、三大产业的社会发展历程

人类要生存，首先必须生产食物，而农业就是生产食物的部门。因此，社会经济的发展总是从为人类提供最基本的生活需要的农业开始的。后来，当农业生产的食物不仅能够满足农业人口本身的需要，而且还有剩余时，才逐渐从农业生产中腾出一部分人从事工业和其他生产或活动，以满足人类进一步的需要。马克思说：“社会为生产小麦、牲畜等所需要的时间越少，它所赢得的从事其他生产，物质的或精神的的时间就越多。”农业和工业充分发展了，人类又希望满足物质生活需要以外的各种更高级的需要，如生活上的便利、娱乐等各种精神上的需要，以及为生产服务的各种需要等。马克思曾经预料到，随着劳动生产率的大大提高，直接从事物质资料生产的人口比重将会减

少,而从事非生产劳动的时间将会增多。英国经济学家费希尔把人类社会生产的发展分为三个阶段:第一阶段为初级生产阶段,生产活动的特征是以农业和畜牧业为主;第二阶段为中级生产阶段,是以纺织、钢铁和其他工业生产的大规模迅速发展为特征;第三阶段是高级生产阶段,以服务业产业迅速发展为特征。

随着现代经济的发展,满足物质生活需要以外的更高级需要的产业迅速发展起来。于是,在社会经济的发展中出现了这样的趋势:在农业中就业的人数相对于工业中就业的人数趋于下降,而在工业中就业的人数相对于服务业中就业的人数也趋于下降。

近代经济学家在研究社会经济发展中经济结构变化的规律及其发展趋势的过程中,逐渐形成按照三次产业来划分国民经济的概念和方法。在20世纪20年代,澳大利亚和新西兰就流传着第一产业和第二产业的概念。他们把农业叫做第一产业,把工业叫做第二产业。1935年费希尔在这个基础上进一步提出了第三产业的概念。他认为,第三产业满足人类除物质需要以外的更高级的需要。1940年克拉克更加广泛地使用了第三产业的概念,指的是服务性产业,包括第一、第二产业以外的一切经济活动。1957年他又明确地将产业结构分为三大部门。

第一、第二、第三产业的划分,反映了社会分工和经济活动发展的不同阶段,体现了人类经济活动的历史顺序,在一定意义上反映了现代社会经济中社会化生产的发展规律。目前,第一、第二、第三产业的概念在世界上已被广泛应用。在许多国家,都按三次产业的划分法来划分国民经济的部门。

三、第三产业——服务业

服务业是指农业、工业和建筑业以外的其他各行业,即国际通行产业划分标准中的第三产业,其发展水平是衡量生产社会化和经济市场化程度的重要标志。因此服务业大体相当于现代第三产业,而第三产业是指除第一、第二产业以外的其他行业,包括:交通运输、仓储和邮政业,信息传输、计算机服务和软件业,批发和零售业,住宿和餐饮业,金融业,房地产业,租赁和商务服务业,科学研究、技术服务和地质勘查业,水利、环境和公共设施管理业,居民服务和其他服务业,教育、卫生、社会保障和社会福利业,文化、体育和娱乐业,公共管理和社会组织等。

近半个世纪以来,第三产业得到了迅速的发展。20世纪70年代以来,世界上绝大多数国家第三产业的发展速度超过了第一产业和第二产业的发展速度。社会中的劳动力和生产资料大量地从直接的物质生产部门向非直接的物质生产部门转移。现在,在发达的资本主义国家,第三产业在经济生活中已占有十分重要的地位,许多国家的国内生产总值的增长主要是靠第三产业的发展。在经济落后的国家和地区,因为第一、第二产业不够发达而限制了第三产业的发展,第三产业在国民经济中的比重也都较低。从世界范围观察,随着技术的进步,今后第三产业的产值在国内生产总值中的比重,以及第三产业从业人员在全部就业人员中的比重都将进一步提高。

国家统计局在1985年颁布的《关于建立第三产业统计的报告》中将第三产业分为了四个层次。具体层次分类和经济特征见表1-1。

表 1-1 第三产业分类及经济特征

类型	生产性服务业	生活（消费）性服务业	公益性服务业
功能	满足厂商生产需求	满足个人最终需求	提供公共服务和公共产品
需求性质	中间需求	最终需求	中间和最终需求
行业细类	交通、物流、批发、信息和保险、研发、会计等	艺术、娱乐、饮食、医疗和教育等	政府服务、公益服务等
特点	可以标准化	个性化	难以标准化
收入弹性	不明确	较高	较高
劳动生产率	可以提高	难以提高	不明确
就业	吸纳力强	吸纳力强	不明确
资本和技术密集性质	资本和技术密集性质	劳动密集性质	不明确

服务业按服务对象一般可分类为：一是生产性服务业，指交通运输、批发、信息传输、金融、租赁和商务服务、科研等，具有较高的人力资本和技术知识含量；二是生活（消费）性服务业，指零售、住宿、餐饮、房地产、文体娱乐、居民服务等，属劳动密集型，与居民生活相关；三是公益性服务业，主要是卫生、教育、水利和公共管理组织等。

第二节

现代服务业的内涵与发展意义

一、现代服务业的内涵

现代服务业是指通过建立新的服务模式、服务方式和管理理念，以现代的信息网络作为支撑发展起来的服务产业。主要包括两个大部分，一部分是指新型的服务产业，另外一部分是指对传统服务业的改造和提高。与一般的商贸、住宿、交通运输、餐饮等传统的服务业不同，现代服务业涵盖了更广泛的内容，主要有金融保险业、租赁业、科技服务业、法律咨询业、文化娱乐业、房地产业、社区服务业和信息服务业等。

现代服务业的内涵目前没有一个特别明确的概念，国内比较流行的是浙江的郑吉昌教授代表的一类观点。他认为，现代服务业指为生产、商务活动和政府管理而非直接为最终消费提供的服务，主要包括金融、保险、房地产、咨询、信息服务、科技开发、商务服务、教育培训等行业。这种市场化的非最终消费服务，是其他生产或服务的中介或者对其提供的服务，这一投入不断出现在生产的各个阶段。但这一观点的主要偏差，是否定现代服务业能够作为“核心”产业，忽视了现代服务业带动经济发展的功能，不

符合社会发展的客观要求。另一种比较流行的观点是根据时间范围来划分现代服务业,将二战之后出现的新兴服务业作为现代服务业的范围,具体包括全新服务产业门类、现代服务生产模式和现代服务消费理念。

综上,现代服务业是社会发展到一定阶段的产物,是伴随着信息技术和知识经济的发展而产生,用现代化的新技术、新业态和新服务方式改造传统服务业,创造需求,引导消费,向社会提供高附加值、高层次、知识型的生产服务和生活服务的服务业。它离不开现代信息和管理技术的支撑,其目的是为了提升消费者的生活质量,满足人们对休闲和时尚的追求。

现代服务业的发展本质上来来自于社会进步、经济发展、社会分工的专业化等需求。具有智力要素密集度高、产出附加值高、资源消耗少、环境污染少等特点,其本质是实现服务业的现代化。

二、发展现代服务业的意义

尽管第一、第二产业是直接从事物质资料生产的产业部门,第三产业不是直接从事物质资料生产的产业部门,它们在产品上有物质形态的和非物质形态的区别。然而,它们都是从事生产劳动的,都生产出一定的劳动产品,都是一种产业部门。马克思把社会消费品区分为商品和服务两大类。以服务形式存在的服务消费品也是一种产品,它是构成社会财富的重要内容。

在商品经济条件下,以服务形式存在的产品也是商品,它同一般商品一样具有使用价值和价值。服务产品具有能够满足人们某种需要的特殊的使用价值。在服务产品中凝结着服务劳动,它同样是人类的脑力劳动和体力劳动的结晶,服务劳动者为社会提供了服务,他们的劳动消耗便形成服务产品的价值。根据第三产业的性质,在国民生产总值的统计中,不仅应当包括第一产业和第二产业所生产的物质形态产品的增加值,而且还应当包括第三产业所生产的各种非物质形态产品的增加值。物质资料生产部门的增加值相当于国民收入加上固定资产折旧,非物质资料生产部门的增加值相当于这些部门的纯收益(包括劳动报酬和其他收益)加上固定资产折旧。

在当代国民经济结构中,第三产业已经占有极其重要的地位。第一、第二产业是发展第三产业的物质基础,第三产业的发展又反作用于第一、第二产业,从更加广阔的领域为第一、第二产业的发展创造有利的条件,主要表现在:①第三产业的发展,建立了为生产服务的部门,促进了社会分工的深入发展,提高了生产社会化的程度,促使第一、第二产业的企业大大提高劳动生产率。②第三产业的发展,建立了生产服务的流通部门,缩短了生产过程和流通过程,促进了整个社会经济效益的提高。③第三产业的发展,便于第一、第二产业部门之间的联系和协调,并且及时地反映出社会需求的变化,能够促使国民经济结构日益趋于合理化。④第三产业的发展,特别是其中交通运输业、邮电通讯业的发展,便于加强经济发达地区和经济落后地区的联系,在它们之间建立互相补充的关系,发挥各自的经济优势,促进各地区资源的有效利用和经济效益的提高,有利于整个国民经济协调、顺利地发展。⑤第三产业中生活服务部门的发展,提高了消费的质量,扩大了服务消费的规模,推动了消费结构的变化,促进了人们生活水平的提高。

高和消费的增长,有利于更好地满足人民群众的物质生活需要。⑥第三产业中为提高科学文化水平服务的部门的发展,对于整个社会精神文明的提高,对于更好地满足人民群众的精神生活需要,对于社会生产的发展都具有重要作用。

在现代社会的经济发展中,要十分重视第三产业的发展,要改变那种只重视发展第一、第二产业,而不重视发展第三产业的观念。要把第三产业真正作为一种产业来对待和兴办,要改变单纯追求第一、第二产业的总产值,而忽视第三产业产值的倾向。当然,发展第三产业要以第一、第二产业的相当发展为条件,它受物质资料生产的承担能力和居民收入水平的限制,不能脱离第一、第二产业的需要和人民生活水平的提高而超前增长,不能不顾客观条件而盲目追求全面现代化的第三产业体系。总之,第一、第二、第三产业必须互相适应、协调发展,从而促进整个社会经济的迅速发展和社会经济效益的提高。

现代服务业涉及的部门广泛,主要有文化、科技、教育、行政等方面,现代服务的发展与人们的日常生活紧密相关,会逐渐改变人们的生活方式,对我国的整体经济发展产生巨大的推动和改造作用。

首先,发展现代服务业是实现中国经济不断发展的重要举措。

服务业在提升人们的生活质量方面起着重要的作用并占据着重要的地位,传统工业造成的生态破坏和环境污染极为严重,阻碍了资源的可持续发展和利用,新型工业实现了环境友好型的发展,能够更好地处理资源、人口和环境三者的关系,在新型工业的发展带动下,现代服务业也不断发展,金融、保险和科技研发等现代服务业也对新型工业的快速发展起到了极为关键的推动和支撑作用。

其次,现代服务业能够带动相关产业的不断发展。

产业之间的关联作用极为重大。现代服务业的发展离不开上下游产业的发展,同时,现代服务业的发展也能够进一步影响和带动上下游产业的不断发展,这就是产业关联效应。现代服务业的发展能够形成极为强大的产业经济圈,不断改造传统的行业,促使新型工业化不断发展,向国际化方向迈进。

最后,现代服务业的发展是我国产业升级的必经之路。

现代服务业为社会带来的最明显的效应就是就业效应。现代服务业吸纳了大批就业者,创造了更多的就业岗位,可以将农村、城市等剩余劳动力吸纳过来,促进社会稳定。加快现代服务业的发展,能够促进人们生活水平不断提高,带动中国产业的升级和转型。

第三节

现代服务业的分类、特征及发展趋势

一、现代服务业的分类

随着现代社会经济的发展,服务业的内部结构也在发生变化。服务业大致可以分为

生产服务业和生活服务业,前者是为物质资料的生产提供服务的行业,后者是为个人生活或公共生活提供服务的行业。按其技术的新旧又可将服务业分为传统的服务业和新兴的服务业。传统的服务业包括旅游业、餐饮业、修理业等;新兴的服务业包括咨询信息服务业、计算机服务业等。近年来,在发达国家新兴的服务行业不断涌现并迅速发展,发展速度大大超过了传统的服务行业。新兴的第三产业的各种服务又和传统的第三产业相融合,彻底改造了传统的第三产业各部门,使它们向着现代化前进,这就使整个第三产业的劳动生产率和经济效益大为提高。此外,教育、科研、卫生等为提高科学文化水平和居民素质服务的部门的增长速度也很快。

现代服务业是相对于传统服务业而言,为适应现代人和现代城市发展的需求而产生和发展起来的具有高技术含量和高文化含量的服务业。世贸组织的服务业分类标准界定了现代服务业的九大分类,即:商业服务,电讯服务,建筑及有关工程服务,教育服务,环境服务,金融服务,健康与社会服务,与旅游有关的服务,娱乐、文化与体育服务。

目前我国大致将服务业分为以下四大类:

1. 基础服务,包括通信服务和信息服务等。涉及流通部门,包括交通运输业、邮电通讯业等。
2. 生产和市场服务,包括金融、物流、批发、电子商务、农业支撑服务以及中介和咨询等专业服务。涉及为生产和生活服务的部门,包括金融业、保险业、物资供销和仓储业、地质普查业、公用事业、咨询服务业和各类技术服务业等。
3. 个人消费服务,包括教育、医疗保健、住宿、餐饮、文化娱乐、旅游、房地产、商品零售等服务。涉及为提高科学文化水平和居民素质服务的部门,包括旅游业、居民服务业、房地产业、商业、餐饮业等。
4. 公共服务,包括政府的公共管理服务、基础教育、公共卫生、医疗以及公益性信息等服务。涉及为社会公共需要服务的部门,包括教育、文化、广播电视事业,科学研究事业,卫生、体育和社会福利事业等。

二、现代服务业的特征

现代服务业的产业特征包括智力要素密集度高、产出附加值高、资源消耗少、环境污染少等,具体可概括为“两新五高”。“两新”指新服务领域和新服务模式。前者指现代服务业为适应现代城市和现代产业的发展需求,突破了消费性服务业的领域,形成了新的生产性服务业、智力(知识)型服务业和公共服务业的新领域;后者指现代服务业通过服务功能换代和服务模式创新而产生新的服务业态。“五高”包括高文化品位和技术含量;高增值服务;高素质、高智力的人力资源结构;高精神享受的消费服务质量。

现代服务业的发展本质来自于社会进步,经济发展,社会分工的专业化等需求。传统服务业一般具有增值低、乘数效应小和劳动力素质较差等特点。与之相比较,现代服务业一般具有以下八大基本特性:

1. 高技术性,即现代服务业科技含量高。例如,银行存贷款业务是传统的银行服

务业,但若采用高科技的计算机网络技术,建立起电子银行和网上存货服务,则银行业就变成了现代服务业。

2. 知识性,即现代服务业为消费者提供知识的生产、传播和使用服务,使知识在服务过程中实现增值。例如,教育服务,科研服务,文化传媒服务,专业技术服务,计算机软件应用服务等。

3. 成本价格推动型的增长。在服务部门当中,劳动生产率的提高是比较慢的。所以服务的总体增长是适度的增长,服务量其实增长并不多,很大程度上是因为单体人力成本上涨,带动服务价格升高,从而导致产品价格随之上涨。而这其中的无形资产投入的比重在服务业占主要因素,如人力资本投入——高端专业人才,品牌、商誉和知名度等无形资产。

4. 高增值性,即现代服务业不仅可以使服务过程产生知识的增值,而且可以产生服务的规模效应和各种服务相互整合的聚焦效应,产生服务的大幅增值。例如,现代服务业的交互融合程度高,大多集聚于国际大都市之中,从而使像纽约、伦敦、东京、北京等大都市,拥有众多的国际性咨询企业、金融企业、网络服务企业、市场中介组织和教育培训基地等,由此带动整个大都市的服务经济能够产生规模效应和乘数效应,即引起现代服务业的不断扩张、专业分工细化和高效益的协作。

5. 经济周期不明显。服务行业的经济周期包括两种。第一种是呈现正周期的行业,经济热的时候它也热,如金融、保险、航运物流。第二种是呈现反周期的行业,经济冷的时候它才热,如医疗保健、文化娱乐。日本地震或发生其他自然灾害后,人们由于心情不好更容易患上疾病,或者失业后有更多的时间娱乐,这种情况下人们更加注重对生活的体验和享受。

6. 集群性,现代服务业具有资源消耗少、环境污染少的优点,在发展过程中呈现集群性特点,主要表现在行业上的集群和空间上的集群。如空间上的分布特别是以大城市为主要的载体,在中国长江流域特别是长三角地区发展迅速,呈现出比较集聚化的态势。

7. 从业人员素质较高,即现代服务业的从业人员大都具有良好的教育背景、专业知识基础和技术、管理能力,构成了现代服务业的核心能力和“白领”、“灰领”阶层的聚集区。

8. 新兴性,即在时间上是现代兴起的或从过去演变而来的。例如,计算机服务业和软件业就是新兴的服务产业;以电子商务和第三方集中配送为基础的物流服务业就是从传统商业—运输业中衍生而来的服务产业。

三、现代服务业的发展趋势

随着社会经济的不断发展,用现代的管理理念和高科技对服务业进行管理已经成为一种趋势,现代服务业向着高附加值、高层次、高科技含量和知识层次的方向不断发展。现代服务业的市场前景其实是非常乐观的,金融危机以后,许多制造业和生产企业发展状态低迷,然而服务业的增长却势如破竹,速度非常快。再加上政府高度重视,政策扶持,把现代服务业提高到一个相对较高的地位,企业在这种大环境下对发展现代服

务业的热情也是非常高的。

伴随着信息革命和技术的飞速发展,在经济全球化的当今,我国现代服务业呈现出如下趋势:

1. 内涵日益丰富、经营方式不断创新

随着人们劳动时间的大大缩短、业余时间的增加,生活水平的提高、支付能力的增强,对文化、精神产品的需求也相应增加,为文娱等服务活动创造了良好的社会环境;交通、通讯的现代化使得世界各地的联系大为改观,生产要素、产品、信息在全世界范围的流动更加通畅,现代服务业的经营也发生了很大变化。另外,技术的进步使得服务的生产与消费相互分离成为可能。一部分服务产品已能借助一定的实体媒质转化为可以储存的实物产品,从而降低了服务业经营成本,丰富了服务产品。

2. 知识密集型的现代服务业将迅猛发展

人力资本对现代服务业发展的重要性日益凸显,知识密集型服务业将迅猛发展。现代服务业的内部结构升级趋势体现为服务业从劳动密集型转向知识密集型,知识、技术含量高的现代服务业逐渐占据服务业的主导地位。

在产业的投入要素中,农业主要受自然资源要素约束,制造业主要受物质资本要素约束,传统服务业主要受劳动力要素约束,而现代服务业从业人员整体上所具有的高学历、高职称、高薪水的特征,说明现代服务业主要受人力资本要素约束。现代经济发展表明,高质量的经济增长主要来源于人力资本存量的有效积累,人力资本对现代经济增长的作用越来越大。

科技含量高的现代服务业将取代传统服务业,成为经济发展的主导产业,聚集和培养高层次服务人才的任务将更为艰巨。由于我国的低工资制度和轻服务业管理人才培养的传统观念,加之在我国目前服务市场有限度的开放,新兴服务业相当数量的业务骨干严重流失到外资企业,我国整个服务行业缺少人才的状况将更为严重。

我国交通运输业和批发零售业等传统部门就业人数从2003年开始逐年下降,而新兴现代服务业如计算机软件业和商务服务业就业人数呈逐年上升的趋势,其中租赁和商务服务业就业人数2003年为183.5万人,到2012年激增到290.5万人,接近300万人,增速达到了50%以上,说明这些部门发展较快,知识密集型服务业将成为未来经济发展的重要支撑,将会是现代服务业长期发展的一种趋势。

3. 竞争压力将推动服务业分工细化加快发展

随着市场竞争的加剧,特别是随着国有企业改革的推进,企业将继续重组,分工将进一步细化,大量的中间产品和加工过程独立出来,此时连接这些节点形成分工网络的重要性就显现出来,这些中间需求是生产性服务业的重要部分。竞争压力还会引导企业将原本内置于企业的服务活动进行外置,由更加专业化的企业来提供服务,如各种商务服务、营销服务、技术服务等。服务业将更加细化,带动整个经济的发展。

例如,把原来制造业甚至是农业部门中很多的服务活动从它的内部外部化。原来在内部是不可交易的,最多就是内部核算,不可能是市场交易。但是一旦外部化之后,它就变成市场交易,是可交易的。所以说分工细化是服务经济发展非常主导性的一个演进机制。因为对于任何一个企业和事业单位,总是要有人力资源管理的服务、财务管理的