

УСЛУГИ КАК НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

И.С. Войнов
(Россия, г. Астрахань)

Услуги как проблема современной сервисной экономики раскрываются через принципы развития и взаимодействия. Современный аспект проблемы развития составляет временной фактор изменений, который является решающим и потому, что изменения происходят в реальном времени, и потому, что в современной сервисной экономике важнейшей характеристикой качества является скорость функциональных обслуживающих процессов. Различные типы взаимодействия рассматриваются как основа качества услуг. Система обслуживания должна быть дружественна к клиенту и сочетать высокие технологии и человеческое участие.

The article covers the following aspects of the issue of the social services quality: quality as the category of development; quality of the services and quality of the goods; correlation of quality of the service and quality of the service performance; service quality management. Problematic aspect of the issue of services is discussed through the principles of development and cooperation. Actual aspect of the development issue is the time factor of changes which in its turn is crucial as all the changes take place in the present time and because in contemporary service economy speed of service process appears to be an important quality characteristic. Different types of cooperation are considered to serve as the basis of the service quality. System of service should be appropriate for the client and include high technologies and human participation.

Ключевые слова: услуги, факторы изменения, типы взаимодействия, сообщества, скорость обслуживания.

Keywords: services, factors of change, types of interaction, community, speed of service.

Развитие может быть определено как изменение, но не всякое изменение является развитием. Развитие характеризуется объектом, структурой (механизмом), источником, формами и направленностью. Развитием является не всякое изменение, а только такое, которое связано с преобразованием объекта, его структуры и функций, связей и зависимостей. Если можно утверждать, что изменяется все, то развиваются лишь объекты, имеющие сложное строение. Так возникает проблема качества, то есть проблема преобразования содержания, возникновения новой специфики. Развитие как качественное изменение объекта может принимать различные формы (превращение, возникновение, становление, уничтожение, образование новой формы или структуры, преобразование содержания, и т.д.), иметь различные источники (внутренние или внешние) и направленность. И, наконец, атрибутом развития является направленность (структура) развития от исходного пункта (что развивается) до результата процесса (во что развивается). Таким образом, критерием развития является качественное изменение объекта или процесса, что в свою очередь означает формирование новых специфических характеристик (качества).

Под развитием мы понимаем процесс изменений объекта или процесса с целью достижения нового качественного состояния на основе возникновения, трансформации или исчезновения элементов и связей, представляющих его состав и структуру. В отличие от процессов функционирования, для которых характерно цикличное воспроизведение постоянной системы функций, развитие носит необратимый, направленный и закономерный, а не случайный характер.

И, наконец, следует выделить временной фактор изменений, который является решающим, как потому, что изменения происходят в реальном времени, так и потому, что в современной сервисной экономике важнейшей характеристикой качества является скорость функциональных обслуживающих процессов.

Наиболее фундаментальным признаком происходящих перемен в постиндустриальной экономике является переориентация производства на предоставление услуг там, где потребители выступают как индивидуальности, где производство услуги и ее потребление персонифицированы и неразрывно связаны. Это ставит во главу угла проблему создания благоприятной среды обитания человека, поддержание его здоровья, рост информированности, постоянное повышение интеллектуального уровня. В связи с этим приобретают особое значение услуги здравоохранения, образования, индустрии отдыха и телекоммуникаций.

В сервисной экономике это выражается в достижении сервисного продукта или ориентации обслуживающей системы на совмещение материального продукта и соответствующей услуги; установлении интерактивных отношений с потребителем, что предполагает связь основных технологий с поставкой услуг и сетевой организацией. Совмещение стандартизации и индивидуализации достигается благодаря модульному принципу формирования сервисного продукта с учетом индивидуальных запросов клиента.

Современная социально-экономическая ситуация управляется скоростью, гибкостью и нововведениями и должна быть ориентирована на индивидуального потребителя. Потребители должны получать удовлетворение своих потребностей в реальном времени и как можно быстрее. Время покупателей в современном обществе приобретает особое значение и ценность. Стратегический фокус на индивидуальном потребителе и скорости обслуживания является организационным принципом оказания социальных услуг.

Чтобы достичь требуемых результатов, имея в виду взаимодействие со своими потребителями, обслуживающая система должна виртуализироваться в трех измерениях: предоставление потребителю возможности дистанционно ознакомиться с услугами; приведение обслуживания в соответствие с требованиями клиентов; создание ситуации, когда клиенты сами участвуют в разработке услуги. Поэтому обслуживающей системе необходимо увеличивать свою мобильность и быстроту реакции, для того чтобы охватить все возможные варианты будущих ситуаций независимо от их вероятности. В данной ситуации планирование означает создание и постоянное расширение способностей реагирования в любых условиях.

Реагировать на запросы клиентов – значит задействовать все необходимые процессы, стремления и возможности, обладать системным мышлением, стрессоустойчивостью и оптимизмом, адекватными знаниями. В результате возникает сообщество, которое включает: 1) самоприспосабливающуюся, самовосстанавливающуюся сеть мгновенного действия; 2) виртуальное рабочее пространство вне времени и расстояния; 3) сети для спонтанного сотрудничества и обучения (единая общая сеть, находящаяся в пределах досягаемости всех служащих); 4) информационные технологии для работы с минимальными затратами времени; 5) средства адаптации (система реагирования как совокупность аппаратных и программных средств).

Скорость обслуживания – универсальное требование качества – относится, прежде всего, к медицинским услугам, при оказании которых важно избегать ожиданий. Электронные системы обеспечивают путь к созданию всеобъемлющей системы, целостной картины состояния здоровья пациента и оказанию необходимого лечения в едином цикле: неотложная помощь, лечение в стационаре, услуги лечащего врача, анализ тенденций, полный переход на электронные истории болезни, обеспечение преемственности лечения. Веб-стиль жизни – это новый способ общения пациента с врачом.

Важной составляющей проблемы качества услуг является определение соотношения товаров и услуг в современной экономике. Услуги обладают некоторыми особенностями, отличающими их от товара: неосвязаемость (в противоположность осязаемости товаров); недолговечность (их нельзя хранить); неоднородность (трудно стандартизировать); неотделимость от источника (или одновременность). Четыре характеристики маркетинга товаров (товар, цена, продвижение и место) применительно к услугам имеют свою специфику: товар – это услуга, ее замысел и производ-

ство; цена – преимущественно зависит от системы доставки; продвижение связано с процессом производства услуги, личной продажей и рекламой; место представляет собой распределение и доступность услуг.

Товары и услуги дополняют и заменяют друг друга. Более того, услуги постепенно приходят на смену товару в качестве основы потребительского предложения. Традиционное разделение предприятий на предоставляющие услуги и на производственные компании постепенно теряет свое значение. Участники рынка должны видеть предложение целиком и рассматривать услугу и товар в соответствии с уникальными законами каждого и не допускать, чтобы одно возобладало над другим. Производственные предприятия также в значительной мере предоставляют услуги, такие как ввод в эксплуатацию, техническое обслуживание, транспортировка, консалтинг и финансирование. Даже если услуги не обеспечивают основную долю доходов производителя, они могут использоваться для того, чтобы дифференцировать компанию среди конкурентов и таким образом создать ее конкурентное преимущество. Компаниям, работающим в сфере услуг, в свою очередь, нужны товары, чтобы предоставлять свои услуги и чтобы сделать их более привлекательными.

Внутриорганизационная работа постепенно начинает рассматриваться в качестве внутренних услуг, предоставляемых внутренним клиентам. Обеспечение работы компьютеров, содержание и текущий ремонт имущества и внутренняя почта – вот примеры услуг, которые передаются в ведение коммерческих центров, а иногда – дочерних предприятий. Такие структуры должны продавать свои услуги на внутрифирменном рынке, и внутренние потребители имеют возможность выбора услуги. Более того, внутренним поставщикам приходится вступать в конкурентную борьбу.

Одним из отличий экономики XXI в. является то, что это – интерактивная экономика, где происходит свободное и равноправное взаимодействие производителя и клиента. Обслуживание клиентов является определяющей функцией. Поэтому услуги нельзя рассматривать отдельно от личного контакта с клиентом, обслуживания, реализуемого через взаимоотношения, сети и взаимодействие. Такие отношения означают долгосрочные взаимоотношения сотрудничества между производителем услуг и клиентом. В рамках такого подхода и покупатель, и продавец рассматриваются как активные участники рынка. Им следует рассматривать друг друга как равных партнеров, и обе стороны должны получать выгоду от взаимоотношений.

Взаимодействие лежит в основе качества услуг и может включать четыре типа:

1) взаимодействие между контактным лицом производителя услуг и клиентом (например, между врачом и пациентом), где клиент – партнер по производству услуги;

2) взаимодействие между клиентами. Клиенты частично предоставляют услуги сами для себя, если продавец обеспечивает место для предоставления услуг, а также необходимые системы, необходимую обстановку и необходимых сотрудников. Время ожидания услуги может зависеть от других клиентов, которые хотят получить услугу в это же время. Очереди можно рассматривать как блокирование доступа к услуге другими клиентами;

3) взаимодействие между клиентом и физическими атрибутами, предлагаемыми производителем услуги, его оборудованием и товарами. Имеет значение физический доступ: местоположение производителя услуг должно быть удобно для клиента. Информационные технологии изменяют форму предоставления услуг и заменяют человеческую деятельность машинами. Физическая обстановка воспринимается также как свидетельство уровня цен и профессионализма производителя услуг;

4) взаимодействие между клиентом и системой производства услуг. Первые три типа взаимодействия составляют ту часть системы производства услуг, которая видима для клиента. С точки зрения маркетинга, системы должны быть дружелюбны к клиенту. Имеют значение такие аспекты доступа к системе, как местоположение и часы работы. В частности, имеет значение правильное соотношение высоких технологий и человеческого участия.

Адаптация существующих услуг к изменяющимся предпочтениям покупателей, к изменяющейся конкуренции, к новым сегментам или новым нуждам и к новому стилю жизни является частью стратегии качества (кайзен), что означает постоянное совершенствование, в котором участвует весь персонал. В противном случае это приводит к срывам, низкому качеству, низкой производительности, что не будет способствовать долгосрочным взаимоотношениям с клиентом. Большое значение имеет процесс обратной связи от взаимодействия с клиентом к руководству, но этому процессу часто препятствуют ведомственные и иерархические барьеры.

Воспринимаемое качество услуги часто описывается при помощи «модели оправданных ожиданий», суть которой состоит в том, что клиент сравнивает свои ожидания от услуги с тем, что он получает в реальности, и его ожидания либо оправдываются, либо нет. Выделяются два частично различающихся аспекта предоставленной услуги. Первый аспект – это качество процесса (также называется относительным или функциональным качеством), которое относится к тому, как была предоставлена услуга. Второй – качество результата (техническое качество); здесь основное внимание уделяется тому, что именно было предоставлено. На воспринимаемое качество можно оказывать влияние, управляя ожиданиями, происходящими событиями и имиджем.

Различается также качество разработки, производства и предоставления услуг, имея в виду соотношение целей и результатов. Реальное качество не обязательно соответствует воспринимаемому качеству, тем не менее оно имеет объективную основу: осязаемые составляющие (оборудование, люди и средства коммуникации); надежность (способность производителя услуг сдерживать обещания и предоставить услугу в соответствии с договоренностью); оперативность (готовность быстро предоставить услугу); внимание (учтивость и репутация персонала); сопереживание (способность поставить себя на место другого).

Эффективность услуг вытекает из их качества и является его (качества) компонентом. При этом имеется в виду полнота предоставления услуги в соответствии с требованиями документов и ее своевременность, а также результативность (эффективность) предоставления услуги, что подразумевает материальную и нематериальную составляющие.

Материальная составляющая эффективности услуг есть степень решения материальных или финансовых проблем клиента, оцениваемая непосредственным контролем результатов выполнения услуги. Нематериальная составляющая эффективности услуг есть степень улучшения психоэмоционального, физического состояния клиента, решения его правовых, бытовых и других проблем в результате взаимодействия с исполнителем услуги, оцениваемая косвенным методом, в том числе путем проведения опросов, при этом должен быть обеспечен приоритет клиента в оценке качества услуги.

Основные предпосылки, определяющие качество социальных услуг включают: 1) наличие и состояние документов, в соответствии с которыми функционирует учреждение; 2) условия размещения учреждения; 3) укомплектованность учреждения специалистами и их квалификация; 4) специальное и табельное техническое оснащение учреждения (оборудование, приборы, аппаратура и т.д.); 5) состояние информации об учреждении, порядке и правилах предоставления услуг клиентам социальной службы; 6) наличие собственной и внешней систем контроля за деятельностью учреждения.

Обеспечение качества услуг есть часть общего интегрированного процесса управления. Поэтому всеобщий менеджмент качества (Total Quality Management – TQM) можно рассматривать как высший этап менеджмента. Переход к системе TQM должен происходить на фоне системного внедрения современных методов общего (корпоративного) менеджмента, включающих управление инвестициями, проектами, финансами, персоналом, знаниями, включая специальные подходы («Точно в срок» – Just-in-Time), ABC-метод, реинжиниринг бизнес-процессов и др.

В настоящее время имеется набор теоретических и практических средств менеджмента на основе качества: 1) система международных стандартов ИСО семейства 9000 (включая и ИСО – 14000 в области экологического менеджмента); 2) международная система сертификации систем качества; 3) международный реестр сертифицированных аудиторов систем качества; 4) практически сложившаяся система аудита менеджмента; 5) аналогичная система аудита на многих региональных и национальных уровнях.

Библиографический список

1. *Гейтс, Б.* Бизнес со скоростью мысли [Текст] / Б. Гейтс.– М. : ЭКСМО-Пресс, 2001.– 456 с.
2. *Гуммесон, Э.* Маркетинг услуг [Текст] / Э. Гуммесон. – СПб. : Питер, 2002. –345 с.
3. *Мазур, И.* Корпоративный менеджмент [Текст] / И. Мазур и др. – М. : Высшая школа, 2003.–255 с.
4. *Чернышев, Б.* Менеджмент в сервисной экономике: сущность и содержание [Электронный ресурс] / Б. Чернышев. – Режим доступа: <http://www.vasilieva.narod.ru>, свободный. – Загл. с экрана.– Яз. рус.