

УДК 338.46

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

Шиндина Ю. А.

к.э.н., доцент,

БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова,

Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

В статье представлен авторский подход к выделению стадий в процессе проектирования новых услуг. Определены ключевые особенности проектирования в сфере услуг на каждой из трех стадий цикла. Сделаны выводы относительно отличий проектирования в сфере услуг от производственного проектирования.

Ключевые слова: услуга, процесс обслуживания, сфера услуг, система оказания услуг, проектирование.

FEATURES OF DESIGNING IN THE SPHERE OF SERVICES

Shindina Yu. A.

PhD, Associate Professor,

BSTU «VOENMEH» named after D.F. Ustinov,

Saint-Petersburg, Russia

Abstract

The article presents the author's approach to identifying stages in the process of designing new services. The key features of design in the service sector at each of the three stages of the cycle have been identified. Conclusions are made regarding the differences between design in the service sector and production design.

Keywords: service, service process, service sector, service delivery system, design.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Услуги играют жизненно важную роль как в повседневной жизни людей, так и в экономике любого государства. Сектор услуг включает в себя все виды экономической деятельности, результатом которой не является материальный продукт. Этот продукт, как правило, потребляется во время его производства и способствует удобству, комфорту, здоровью и прочим нематериальным потребностям покупателя.

Определения понятия «услуга» отмечают нематериальный характер потребления, хотя услуга может представлять собой сочетание материальных и нематериальных благ. Так, Ф. Котлер с соавторами предлагает следующее определение услуги: «Услуга (service) – любая деятельность или благо, которую одна сторона может предложить другой. Услуга по сути своей является неосязаемой и не приводит к овладению собственностью (к передаче собственности)». [1]

Услуги можно рассматривать как вид особой деятельности, в процессе выполнения которой не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, а изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме деятельности.

То есть справедливо говорить о том, что услуга – это ряд действий более или менее нематериального характера, которые обычно происходят при взаимодействии между клиентом/товарами и обслуживающим персоналом/системой обслуживания и имеют целью удовлетворение потребностей клиента.

Очевидно, что достаточно проблематично применять знания, методы или опыт управления производством напрямую к услугам. Присутствие клиента, невозможность создания запаса услуг, нематериальный характер обслуживания, различные требования клиентов делают среду обслуживания уникальной.

Проектирование новых услуг можно представить в виде цикла, который включает в себя три стадии:

1. разработка концепции услуги — что будет представлять собой новая услуга, ее сущность;
2. проектирование процесса обслуживания потребителей — каким образом и в какой последовательности новая услуга будет оказываться потребителю;
3. проектирование системы оказания услуги — формирование среды, в которой будет происходить оказание новой услуги.

На каждой стадии можно отметить ряд моментов, отличающих проектирование в сфере услуг от проектирования в производственной сфере.

1. Особенности разработки концепции новых услуг.

Говоря о сфере услуг, необходимо подчеркнуть, что данная отрасль имеет низкие входные барьеры в отрасль. Новые предприятия достаточно легко могут выходить на рынок сферы услуг и захватывать долю рынка. Этот фактор обуславливает необходимость постоянного обновления ассортимента услуг у уже действующих предприятий. То есть роль инноваций в данной сфере весьма существенна.

Чтобы обеспечить себе устойчивое положение на рынке, сервисные компании должны непрерывно разрабатывать новые услуги.

Новая услуга определяется как предложение, использующее инновационный процесс и ранее недоступное для клиентов.

Очевидно, что разработка новых услуг должна соответствовать изменениям требований клиентов, использовать новые технологические разработки и сервисные инновации. Это даст возможность приобрести сервисной фирме конкурентные преимущества на рынке.

Следует отметить, что разработка новых услуг является проблематичной из-за того, что сервисные предприятия, в отличие от производственных, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

зачастую не имеют обширных отделов, занимающихся научно-исследовательской и опытно-конструкторской работой.

2. Особенности проектирования процесса обслуживания.

Поскольку в сфере обслуживания процесс является продуктом, то процесс и продукт должны разрабатываться одновременно. При разработке пакета услуг необходимо сформулировать основной результат проектирования.

Обслуживание – это особый вид деятельности исполнителя услуги, подразумевающий оказание услуги потребителю при непосредственном контакте с этим потребителем. [2]

Для инициирования процесса оказания услуг важным является физическое присутствие клиента. В некоторых случаях – при самообслуживании – клиент может выступать как со-производитель услуг.

Существует достаточно большое количество классификаций сервисных организаций. Например, сервисные организации могут быть сгруппированы по видам предоставляемых ими услуг – образовательные, медицинские, финансовые, транспортные услуги и т.д. Разделение на такие виды удобно для анализа совокупных экономических данных, но данная классификация мало говорит о процессе обслуживания.

В промышленной сфере для классификации производственных процессов используют определенные термины, которые раскрывают суть процесса. Например, серийное или массовое производство, непрерывное или дискретное производство и т.п.

Чтобы показать, насколько в процессе оказания услуги в операционную систему включен ее потребитель, исследователь Р.Б. Чейз предлагает использовать такой параметр, как *степень контакта с клиентом в процессе оказания услуги*. Термин «контакт с клиентом» отражает физическое присутствие клиента в системе оказания услуг.

Степень контакта в общем виде можно определить как процентное соотношение времени, которое клиент должен находиться в сервисной системе, к общему времени, которое занимает весь процесс его обслуживания. [4]

Очевидно, что чем больше будет продолжительность контакта клиента и сервисной системы, тем выше будет между ними степень взаимодействия в ходе процесса предоставления услуги.

Отсюда напрашивается вывод о том, что чем меньше степень контакта с потребителем и разнообразие требований, тем больше можно стандартизировать услугу. Разработка услуги при отсутствии контакта с потребителями и однородности процесса очень похожа на разработку изделия. Напротив, большое разнообразие требований и высокий контакт с потребителями означает, что услуга должна быть высоко индивидуальной. [3]

Таким образом, справедливо говорить о том, что сервисные системы с высокой степенью контакта с клиентом значительно труднее рационализировать и ими намного сложнее управлять, чем системами с низкой степенью контакта.

3. Особенности проектирования системы оказания услуг

В сфере услуг необходимо удовлетворять спрос в момент его возникновения, так как запас услуг, за редким исключением, создать невозможно. Поэтому при проектировании нужно определять оптимальную пропускную способность (мощность) сервисного предприятия с учетом того, что недостаточно высокая мощность ведет к потере клиентов, а избыточная – к излишним затратам производителя услуг.

Механизмы для сглаживания колебаний спроса, применяемые в производственной сфере, обычно малопригодны для сервисных предприятий из-за невозможности создания запаса услуг. Кроме того, в сфере обслуживания, как правило, необходима большая гибкость служащих, задействованных в процессе предоставления услуг. При проектировании нужно обозначить Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

требуемый уровень подготовки служащих сервисной организации (например, необходимость сертификации), так как это во многом определяет качество предоставления услуг.

Необходимо учитывать возможность юридической защиты процесса обслуживания, например, можно ли защитить авторскими правами программное обеспечение или оформить патент на оборудование, созданное для поддержки сервисной системы.

Нужно также учитывать возможную степень гибкости проектируемого сервисного предприятия, то есть способность радикально изменить предложение своих услуг за короткое время. Высокой степенью гибкости обладают традиционные сервисные организации, такие, как: парикмахерские, рестораны, магазины розничной торговли и т.п.

Таким образом, проектирование услуг очень сильно отличается от производственного проектирования. При проектировании в сфере услуг необходимо учитывать такие аспекты, как: степень непосредственного контакта с клиентом, степень индивидуализации обслуживания, степень быстроты предоставления услуг, степень разнообразия типов контактов в процессе предоставления услуг и др.

Библиографический список:

1. Котлер, Филип. Основы маркетинга: перевод с английского / Ф. Котлер [и др.]. – 4-е европейское изд. – М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2007. – 1199 с.
2. Романович Ж.А. Сервисная деятельность: Учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев; под общ. ред. проф. Ж.А. Романовича. – 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013. – 284 с.
3. Стерлигова А.Н. Операционный (производственный) менеджмент: Учебное пособие / А.Н. Стерлигова, А.В. Фель. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 187 с.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

4. Чейз Р.Б. Производственный и операционный менеджмент / Р.Б. Чейз, Ф.Р. Джейкобс, Н.Дж. Аквилано; Пер. с англ. О.А. Островской, О.Л. Пелявского; Под ред. Н. А. Коржа. – 10-е изд. – М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2008. – 1169 с.

Оригинальность 90%