

ИССЛЕДОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ «СЕРВИС» В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ (на основе метода экспертных оценок)

А.И. Донскова, В.С. Бовтун

Алтайский государственный технический
университет, Барнаул

donskovaI.@yandex.ru

Рассматривается управление сервисом как двухуровневой системой, раскрыты теоретические положения и приведены результаты практического исследования на основе метода экспертных оценок в России в современный период

Ключевые слова: сервис, двухуровневая социальная система, проблемы, экспертный метод.

В настоящее время возрастает социальная роль сферы услуг, поскольку деятельность в этой сфере имеет непосредственный выход на человека, его конкретные повседневные запросы, нужды, что существенно влияет на качество жизни. В обслуживании формируется новый подход, получивший в русскоязычной литературе название «сервис».

В сервисе современной России можно отметить разноплановые тенденции, которые приводят к нарушению баланса интересов различных социальных групп, что обуславливает социальное напряжение в обществе и сопровождается дифференциацией модели поведения в социальных практиках. Такое общество находится в постоянной динамике, но одновременно нуждается в обеспечении уровня стабильности, что возможно через социальные практики потребления в сервисе¹. Поэтому актуально исследование управления сервисом как социальной системой, учитывающее взаи-

мосвязанность наиболее значимых сдвигов в обществе, ценностей, потребностей, возможностей в количественных и качественных показателях сервиса. Управление системой «сервис» в целом можно рассматривать как важное условие и фактор общественного развития, устойчивости и стабильности общества.

В системе «сервис» выделены два основных типа связей: во-первых, между общественной системой в целом и системой «сервис»; во-вторых, внутренние взаимосвязи: социальная структура, социальное взаимодействие, культура, коммуникации, характер, тип личности и т. д. Важная особенность системы «сервис» заключается в том, что ее подсистемы развиваются под влиянием природных, социальных и культурных факторов, которые проявляются в формате взаимоотношений акторов. Взаимодействие акторов в процессе обслуживания является системообразующим принципом, за счет которого осуществляются социальные связи и отношения.

Представим систему «сервис» как объект управления. Исходя из системы организации обслуживания населения, воз-

¹ Родионова В.И. Технологизация социальных практик и идеологизация общества потребления // Власть. – 2010. – № 6. Социальная философия – Общество как социальная реальность. – С. 29–31.

можно рассмотреть сервис на макро- и микроуровне. Первый уровень – макросистема «сервис» высшего порядка – является подсистемой общества. Эта макросистема изучается наукой о сервисе (сервисологией). Она включает анализ ситуации, прогнозирование, выработку стратегии в сервисе. Для макросистемы «сервис» характерны крупные подсистемы, долгосрочные аспекты поведения системы, глобальные стандарты, законы, нормы и правила, принимаемые и одобряемые в обществе.

Второй уровень – микросистема «сервис». Сервис на этом уровне – это социальные организации. Микросистема «сервис» включает все организации и предприятия, оказывающие услуги. По функциональному назначению сервисные организации охватывают десятки видов производств различной специализации: лечебные учреждения, образовательные, транспортные, связи, финансовые организации и банки, юридические компании, гостиничные организации, туристские фирмы, санаторно-оздоровительные и т. д. Для микросистемы «сервис» характерны краткосрочные проекты, где деятельность характеризуется преимущественно выполнением оперативно-хозяйственных функций. Однако на этом уровне сервис имеет ряд преимуществ: позволяет варьировать качество и количество предоставляемых услуг в соответствии с потребностями местного населения; учитывать разнообразные факторы, а также потребности, ценности, возможности каждого человека; дает возможность сопоставлять различные режимы предоставления услуг и осуществлять выбор наилучшего, а также стимулировать использование инноваций в сервисе, что способствует развитию системы.

Процессы функционирования и развития сервиса как системы представляют собой разделение системы на элементы: вход, процесс, выход. Внутренняя среда системы характеризуется объективными и субъективными параметрами, среди которых особое значение имеют субъективные: квалификация персонала, стили управления, организационная культура, совместные ценности, окружающая среда, эстетические элементы. «Выход» системы определяется критериями «стабильность» и «надежность», а показатели определяются не только результатом, но и «процессом» (действиями), в котором большое значение имеет социальная среда.

Для успешного существования системы «сервис» необходимо поддерживать баланс: между внутренней и внешней средой; входными параметрами и компонентами «вход–процесс–выход». В управлении этой системой можно выделить общие позиции: связи с внешней средой, внутренние процессы, обратную связь, информацию, субъект управления, и специфические, обусловленные а) взаимоотношениями между уровнями системы и б) актуальностью субъективных элементов (нормы и правила, ценности, стили руководства, корпоративная культура и др.)².

Исследование управления системой «сервис» направлено на выявление закономерностей и тенденций развития сервиса, а также связей результатов функционирования системы с внутренними процессами и внешними отношениями. Разработанная модель исследования управления системой «сервис» на основе системного подхода позволяет учитывать многообразные связи,

² Управление и организация в сфере услуг: теория и практика: пер. с англ. / К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 751 с.

процессы, отношения в системе и описать ее свойства: устойчивость, изменчивость, динамизм.

Составлена программа «Исследование управления системой “сервис”, которая включает методологический и методический разделы³. На первом этапе обоснованы следующие проблемы: на макроуровне – несоответствие целей по уровням, дисбаланс входных факторов, диспропорции подсистем, несоответствие показателей на «выходе» предъявленным требованиям. На микроуровне проблемы касаются специфики взаимодействия акторов, причинами которых могут быть рассогласование отношений, осложнения и конфликты, противоречия ценностей.

В качестве показателей приняты индикаторы, которые характеризуют такие свойства системы, как изменчивость и динамичность. К примеру, свойство «изменчивость» (адаптивность) связано с показателем «гибкость» (гибкая система обслуживания, управления, вознаграждения), а свойство «динамизм» – с такими показателями, как социальное развитие, инновационные проекты, программы повышения квалификации персонала.

Выдвинута рабочая гипотеза: если существует связь с внешней средой, то процессы направлены на адаптацию системы (актуальны стабильность, надежность, успешность, доступность, эффективность, качество, удовлетворенность); если с внутренней средой, то процессы характеризуют возможности развития системы «сервис» в будущем, т. е. процессы стратегического развития (индикаторы: инновации, социальные проекты, новшества, ис-

следовательские программы, обучающие программы, прогрессивные условия труда, повышение квалификации, новые технологии).

Методический раздел программы включает выбор основных процедур сбора и анализа исходных данных, а также анализ результатов исследования⁴. Сбор информации на макроуровне осуществлялся с привлечением экспертов (проведен структурированный опрос 125 чел.). Использовался метод экспертных оценок. В опросе приняли участие эксперты из различных сфер сервиса: транспортной, образовательной, торговой, финансовой и др. Экспертам было предложено ответить на вопросы относительно развития сервиса в России под влиянием внешних условий (факторов) и внутренней среды (ресурсов): доступности, успешности, эффективности, качества услуг и их связи со стандартами, правилами, нормами. Большинство экспертов занимают следующие должности: директор, тренер, менеджер, аудитор, администратор, зав. отделом, зам. директора, коммерческий директор, дизайнер, преподаватель, финансовый директор, экономист. Можно сказать, что все они участвуют в обслуживающем процессе (или имеют круг подчиненных). Большая часть экспертов (62 %) – это молодые люди (25–35 лет), стаж работы которых составляет 1–5 лет, 36 % из них в возрасте 36–45 лет с опытом работы 5–10 лет. Это можно объяснить тем, что в сервис приходят работать молодые люди, получившие современное образование, они легче идут на контакт в интервьюировании.

³ Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – 7-е изд. – М.: Добросвет, 2003. – 596 с.

⁴ Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики: учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта: МПСИ, 2005. – 384 с.

Результаты проведенного опроса приведены ниже.

1. Сервис функционирует под влиянием внешней среды. На него оказывают воздействие социально-культурные, политические, природные, научно-технические, региональные, экономические факторы. Экспертам было предложено указать три главных фактора. Анализ показал, что на деятельность сервиса, его устойчивость и стабильность в большей степени влияют: экономический (32,5 % опрошенных), политический (20,96 %), социально-культурный (19,7 %) факторы. При ответе на открытый вопрос «Какие наиболее важные сдвиги в обществе за последние годы повлияли на деятельность сервиса?» респонденты указали: повышение требований клиентов, стремление к здоровому образу жизни, развитие страховой культуры населения, рост благосостояния, экономическая стабильность.

2. Изучение внутренней среды системы «сервис» включало оценку важности ресурсов, используемых в деятельности. В структуре ответов по важности можно выделить три: информация (информационные каналы, связи, документооборот, знания); материально-техническое обеспечение; сотрудники и их профессионализм.

Персонал как наиболее важный ресурс в сервисе отметили 94 эксперта из 125. Такой фактор, как правила, нормы, стандарты, выбрали 50 экспертов, а корпоративную культуру – только 20.

В качестве причин, сдерживающих деятельность российского сервиса, его способность подняться до международного уровня относят менталитет, традиции (социально-культурный фактор), нормативно-правовую базу, а также недостаточность природных, технических, экономических ресурсов, ка-

чество обслуживания и качество профессионализма персонала. Такой фактор, как цена (среди внутренних и внешних – это экономический фактор), получил самую низкую оценку (9,4 %), т. е. можно сказать, что если этот фактор и имеет значение, то не решающее.

Большинство экспертов указывают основные отрицательные характеристики российского сервиса: недостаточность ресурсов, качество обслуживания, не соответствующего требованиям, низкий профессионализм персонала и нормативно-правовая база. В связи с этим только 16 % из них считают, что российский сервис приблизится к западному через 2–3 года, третья часть (30,4 %) считают «возможно, через 3 и более лет», практически столько же считают, что «нет». Как видим, в прогнозе развития сервиса наблюдается расхождение.

3. Оценка показателей на «выходе» сервиса: успешность и доступность. Доступность – это качественный показатель, который включает ряд элементов: наличие квалифицированных кадров, техническую оснащенность, инфраструктуру, цену, потребности населения и т. д. При этом более 2/3 респондентов считают, что оказываемые услуги за последние годы стали иметь «широкую доступность».

Итак, сформулируем причины, сдерживающие развитие сервиса в России:

- для повышения уровня сервиса – это недостаточность ресурсов, низкое качество обслуживания, невысокая профессиональная подготовка кадров и недостаточно развитая нормативно-правовая база;
- для увеличения доступности – отсутствие потребностей, недостаток квалифицированных кадров, высокие цены. Стоит выделить объединяющий фактор – это

недостаток квалифицированных кадров и низкая профессиональная подготовка.

Оценка показателя «успешность». Успешность – это интегрированный показатель, который оценивается качественным показателем. Респондентам было предложено оценить успешность по 5-балльной шкале («5» означает «очень успешный», «1» – «совсем неуспешный»). Расчет обобщающего показателя по средневзвешенной арифметической для статистической совокупности равен $X_y = 4,16$.

Следовательно, результаты опроса показали, что большинство оценивают свой вид деятельности как успешный. Главными достижениями в сервисе респонденты считают отзывы клиентов (35,6 %), известность организации (27,5 %) и количественные показатели (24,4 %).

Группировка сервиса осуществлена по качественному показателю «доступность», затем для каждой группы рассчитан показатель «успешность» (см. табл. 1).

Таблица 1

Группировка сервиса по показателю «доступность»

Группы сервиса по показателю доступность	Кол-во	Доля, %	Успешность	Причины, препятствующие увеличению доступности
1-я гр. – широкая	86	68,8	4,1	Высокие цены (23,5 %); Нежелание населения (отсутствие потребностей) (21,9 %); Недостаток квалифицированных кадров (19,5)
2-я гр. – средняя	36	28,8	4,2	
3-я гр. – низкая	3	4,5	4,5	
Итого	125	100	4,16	

Группировка сервиса по показателю «доступность» (широкая, средняя, низкая) и расчет показателя «успешность» выявил такую закономерность: чем шире доступность, тем ниже успешность, что объясняется разнородностью задач, выполняемых функций, уровнем развития и возможностями организаций.

4. Персонал, его роль в сервисе, характеристики, оценка условий труда. Главными особенностями сотрудников, занятых в сервисе, респонденты выделяют: достижение целей обслуживания (16,6 %), умение находить язык с клиентом (14,5), знание причин и характера проблем (13,7 %), совершенство в овладении технологиями работы (12,6 %), продолжительный опыт работы и профессионализм (12,2 %).

Что касается условий труда, то половина экспертов считают, что они изменились. При этом под изменениями условий труда понимают возможности повысить квалификацию, материальное вознаграждение, участие в творческих конкурсах и социальных проектах и обмен опытом. Это свидетельствует о значимости совокупности причин условий труда как нематериального, так и материального характера.

5. Эффективность в сервисе, по мнению большинства респондентов, определяется стандартами, ее можно оценить через показатели: увеличение численности клиентов, достижение поставленных целей, повышение прибыли, улучшение самочувствия клиентов. При этом эффективным и качественным обслуживанием считается де-

тельность, где мнение клиентов имеет максимальное значение.

б. Анализ стандартов, норм и правил в сервисе. Нормативная система для двухуровневой системы «сервис» задается в первую очередь вышестоящим уровнем, т. е. обществом, подсистемой которого является сервис. Однако на этом уровне все эти правила и стандарты носят общий характер, не учитывая дифференциации сервиса по функциональному назначению, определенной территории, местных условий и групп населения, т. е. того, что есть на микроуровне.

Именно сервис «находит» баланс, разрешая противоречия не только в системе ценностей населения, но и актуальных запросов в процессе обслуживания.

Анализ документов, регламентирующих нормы и правила обслуживания в сервисе, показал, что по важности следуют, во-первых, внутриорганизационные – документы, положения, инструкции, руководства, шаблоны стандартов (43,6 % респондента); во-вторых, документы, принятые на государственном (региональном) уровне, – ГОСТ, ОСТ, СТП (31,8 %).

Стандарты в сервисе составляются в основном руководством, государственными структурами, финансовой и бухгалтерской службой. Они определяются высшим уровнем системы или составляются руководством организации, при этом сама администрация может добавлять (изменять) эти правила или составлять их по общим правилам.

При этом отмечается неудовлетворенность нормативной системой, а именно двойственная трактовка законов, не всегда понятная законодательная база, отсутствие единых стандартов по оказанию услуг. Анализ показал, что проблемы деятельности в сервисе – это нечеткие критерии оценки

качества работы; оплата труда, не зависящая от качества проделанной работы.

Для исследования связи эффективности, качества, показателей доступности, успешности с внешними и внутренними факторами были рассчитаны статистические коэффициенты: среднеквадратическое отклонение (дисперсия), осцилляции, вариации (см. формулы 1, 2).

Учитывая, что среднеквадратическое отклонение (S) дает обобщающую характеристику колеблемости всех вариантов совокупности, коэффициент вариации является наиболее распространенным показателем колеблемости, используемым для оценки типичности средних величин.

Коэффициент вариации:

$$V = \frac{S}{\bar{x}} 100 \% . \quad (1)$$

Коэффициент осцилляции отражает относительную колеблемость крайних значений признака вокруг средней.

$$K_o = \frac{R}{\bar{x}} 100 \% . \quad (2)$$

Коэффициенты осцилляции и вариации – это показатели колеблемости в относительных величинах, которые позволяют сравнивать характер рассеивания в различных распределениях:

- при сравнении группы сервиса по доступности в зависимости от внешних и внутренних факторов;
- при сравнении разноименных совокупностей, т. е. структуры внешних и внутренних факторов.

Сравним влияние структуры внешних факторов и структуры внутренних параметров на функционирование сервиса, т. е. выходные показатели (доступность, успешность). Результаты расчетов коэффициентов приведены в табл. 2 и 3.

Таблица 2

Оценка факторов, влияющих на деятельность сервиса

Факторы	Кол-во респондентов (125)	Структура по группам		
		1-я гр. – широкая (86)	2-я гр. – средняя (36)	3-я гр. – низкая (3)
Политический	79	50	26	3
Экономический	121	80	38	3
Природный	13	5	7	1
Научно-технический	26	16	10	0
Социально-культурный	69	46	22	1
Региональный	64	43	21	0
Итого	372	240	124	8
$X_{\text{ср.взв}}$	82,215	54,775	25,758	2,5
$S_{\text{взв}}$	31,132	20,206	9,6	0,866
$R = \max - \min$	108	75	31	2
K_o (осцилляции) $R/X_{\text{в}}$	1,314	1,369	1,204	0,8
V (вариации), $S/X_{\text{в}}$, %	37,866	36,89	37,26	34,64

Таблица 3

Оценка внутренних параметров системы «сервис»

Внутренние параметры	Кол-во респондентов (125)	Структура по группам		
		1-я гр. – широкая (86)	2-я гр. – средняя (36)	3-я гр. – низкая (3)
Материально-техническое обеспечение	100	73	27	0
Информация (информационные каналы, связи, документооборот, знания)	106	70	33	3
Профессиональные сотрудники	94	63	28	3
Корпоративная культура организации	20	12	7	1
Правила, нормы, стандарты	50	35	14	1
Итого	370	253	109	8
$X_{\text{взв}}$	89,11	61,529	26,119	2,5
$S_{\text{взв}}$	24,18	6,49	7,60	0,866
$R = \max - \min$	86	61	26	2
K_o (осцилляции) $R/X_{\text{в}}$	0,965	0,991	0,995	0,8
V (вариации) $S/X_{\text{в}}$, %	27,14	10,548	29,09	34,46

Данные табл. 2 и 3 показывают, что среднее линейное отклонение внешних факторов ($S_{взв}$) превышает среднее линейное отклонение внутренних параметров как для всей выборки, так и для первых двух групп сервиса, характеризующихся широкой и средней доступностью. Это означает, что колеблемость внешних факторов выше, чем внутренних, т. е. более тесная связь сервиса с внутренними ресурсами. Для 3-й группы сервиса (низкая доступность) колеблемость внешних и внутренних факторов одинаковая, т. е. связь одинаковая с внешней и внутренней средой.

Меру колеблемости определим через относительные коэффициенты осцилляции и вариации: чем выше коэффициент вариации, тем сильнее колеблемость признака. Так, по результатам расчетов получается: для второй группы сервиса показатель вариации $V = 10,54$, что означает слабую колеблемость внутренних ресурсов, а в остальных случаях показатель $V > 27,14$ %, что свидетельствует о большой колеблемости признака в изучаемой совокупности.

Мера колеблемости внешних факторов и внутренних ресурсов с показателями «доступность» свидетельствует о том, что сервису присущи разноплановые тенденции, в которых переплетаются элементы, рассчитанные как на адаптацию системы, так и на развитие сервиса в перспективе. Кроме того, анализ показал, что для сотрудников появляется возможность повышать квалификацию, участвовать в творческих конкурсах специалистов, конкурсах государственных проектов, а также в создании и реализации социальных проектов.

Развитие сервиса на макроуровне дифференцировано по месту, террито-

рии и доступности. В деятельности системы «сервис» присутствуют элементы, рассчитанные как на адаптацию, так и на развитие.

Так как система «сервис» представлена двухуровневой системой, которая характеризуется взаимоотношениями между уровнями:

– если нормативная система задается вышестоящим уровнем, возникает опасность придания структуре лишних функций, излишней бюрократизации верхних уровней системы управления без учета условий территории, человека и его потребностей;

– если нормативная система формируется на микроуровне, возникает опасность игнорирования важных стратегических целей и задач системы, а усилия концентрируются лишь на выполнении местных функций.

Итак, в управленческой деятельности в сервисе необходимо находить баланс, разграничивая нормы и правила, касающиеся стратегического развития сервиса (безопасности, угрозы жизни человека и др.), одобряемые в обществе в целом, а также перспективной инновационной деятельности. Правила и стандарты касаются непосредственно процесса обслуживания на микроуровне, где роль и значение персонала являются ключевой проблемой (подбор, обучение, стимулирование), а также формирования системы норм и правил обслуживания, структуры и иерархии ответственности, методов контроля и подготовки квалифицированного персонала.

Литература

Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследователь-

ские практики: учеб. пособие / А.С. Готлиб. – 2-е изд., переб. и доп. – М.: Флинта: МПСИ, 2005. – 384 с.

Парсонс Т. О социальных системах / Т. Парсонс; под ред. В.Ф. Чесноковой и С.А. Белановского. – М.: Академический проект, 2002. – 832 с.

Родионова В.И. Технологизация социальных практик и идеологизация общества потребления / В.И. Родионова // Власть. – 2010. – № 6.

Социальная философия – Общество как социальная реальность. – С. 29–31.

Управление и организация в сфере услуг: теория и практика: пер. с англ. / К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел, Р. Мердик. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 751 с.

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – 7-е изд. – М.: Добросвет, 2003. – 596 с.