

СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ СЕРВИСА КАК СОЦИАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

А.И. Донскова

Алтайский государственный
технический университет

annadonskova@yandex.ru

Статья посвящена исследованию сервиса как социальной системы, которая взаимодействует со своим окружением, характеризуется внутренней средой и многообразными связями и процессами, насыщенными межличностными отношениями. Особенности процесса взаимодействия акторов в сервисе позволяют сформировать элементы культуры, которые лежат в основе интеграции и обеспечивают целостность системы.

Ключевые слова: сервис, социальная система, процесс взаимодействия, личность, культура.

Под влиянием изменений социальных, правовых, экономических отношений в обществе, происходящих в последнее время, существенно возрастает социальное значение сферы услуг, поскольку деятельность в этой сфере имеет непосредственный выход на человека, его конкретные повседневные запросы, нужды, что существенно влияет на качество жизни. В структуре потребления возрастают информационные, образовательные, научные, исследовательские услуги, а также услуги социально-культурного характера, что повышает уровень образования и расширяет возможности самореализации личности. Рост и расширение коммуникаций способствует не только информированности, компетентности, интеллекту, образованию, но и определяет успех в обслуживающей и управленческой сфере.

Сервис – это многогранное и многоаспектное явление в жизнедеятельности человека, которое можно представить как систему, предоставляющую возможность организовать обслуживание населения и создать условия для удовлетворения разно-

образных материальных, социальных и духовных потребностей человека, группы, общностей (общества) в единстве социального, экономического, научно-технического, политического и культурного пространства.

Термин «сервис» происходит от английского слова *service* – служба и в словарях определяется как «обслуживание населения», а также как «обслуживание, услуга».

Сервис прежде всего имеет дело с людьми и возникающими между ними отношениями, поэтому является разновидностью социальных систем. Поскольку в процессе обслуживания происходит взаимодействие отдельных субъектов, то процесс потребления приобретает социальный характер, что является и результатом развития общества, и условием его дальнейшего развития.

Процесс исторического становления сервиса показывает, что индивиды осуществляли свою деятельность совместно с другими людьми для удовлетворения своих жизненно важных интересов и потребностей. В процессе этого взаимодействия вырабатывались определенные нормы от-

ношений, стандарты поведения, которые в той или иной степени разделялись всеми. Это превращало групповые отношения в социальную систему, т. е. целостность, обладающую качествами, которые могут и не наблюдаться в составляющих систему социальных множествах в отдельности.

Отсутствие научных разработок в области системного подхода к исследованию сервиса подтверждает актуальность данной темы.

Теоретико-методологические основания развития теории социальных систем связаны с именами Г.В.Ф. Гегеля как основоположника системного анализа и мировоззрения, а также А.А. Богданова (псевдоним А.А. Малиновского) и Л. Берталанфи. Социологические знания, их использование в изучении явлений, процессов, взаимоотношений социальной системы изложены в трудах В.А. Ядова, И.Ф. Девятко, Дж. Мида, Р. Мертона, Н. Лумана, Т. Парсонса, Дж. Ритцера, Дж. Хоманса¹. Системный подход в социологии использовали О. Конт, Г. Спенсер, П.А. Сорокин. Так, П.А. Сорокин в своей работе «Система социологии» (1920) понимал под социокультурной системой интегративное целое².

Большой вклад в вопросы использования теории систем в социологии внесли Т. Парсонс, У. Бакли и позднее Н. Луман.

Важные моменты для всех подходов к пониманию социальных систем: существенные характеристики любой системы – целостность и интеграция структурных элементов; универсальные свойства системы –

открытость, дискретность, структурность, изменчивость, динамизм.

Социальную систему «сервис» можно определить как множество элементов (индивидов, групп, общностей), находящихся во взаимодействиях и отношениях и образующих единое целое.

Главная концепция социальной системы «сервис» заключается в том, что она рассматривается как открытая система, вовлеченная в сложные процессы взаимодействия с системами, окружающими ее.

Геополитические факторы оказывают влияние на поведение социальных групп, формируют различные уклады повседневной жизни. Связь между природной средой и повседневными потребностями людей заставляет сервис приспосабливаться к ландшафту и климату; плотность и структура размещения людей на территории обуславливают формирование городских и сельских поселений, которые в совокупности влияют на характер и содержание сервиса. Демографические факторы связаны с численным составом и рядом воспроизводственных характеристик населения той или иной страны. Государственно-правовые институты регулируют сервис, в первую очередь социальную сферу, т. е. предоставление населению услуг жизнеобеспечения (жилищно-коммунальные, образовательные, медицинские). Регулирование взаимодействия между субъектами хозяйственной активности, государством и предпринимательством ограничивает возможности предпринимателей монополизировать тот или иной вид услуг. Социокультурные факторы проявляются в освоении принятых в обществе и в референтных группах культурных образцов, что отражается в потребительском поведении и в количественных и качественных показателях услуг. Националь-

¹ Ритцер Дж. Современные социологические теории / Дж. Ритцер. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 688 с.: ил. (Мастера психологии).

² Сорокин П.А. Система социологии. Т. 2: Социальная аналитика: учение о строении сложных социальных агрегатов. – М.: Наука, 1993. – 88 с.

ные факторы опосредуются региональными условиями, которые создают свой, особый контекст для конструирования каждым человеком своих правил, привычек, традиций, что отражается в потреблении услуг. В последнее время особое воздействие оказывают средства массовой информации (СМИ), которые задают нормативно одобренный способ поведения личности.

Социоприродная сущность человека обуславливает, что, с одной стороны, большое влияние оказывает биологическая наследственность человека, которая, прямо или косвенно сказываясь на индивидуальных особенностях личности, детерминирует его задатки. Разнообразие здоровья, характеров, способностей, темпераментов придает человеку индивидуальность, содействует или препятствует активности человека в повседневной практике. С другой стороны, личные условия жизни человека определяются принадлежностью к конкретным группам: социально-демографической, профессиональной, статусной, доходной, семейной и т. п. Так как каждый человек обладает одновременно природными и социальными чертами, которые присущи только ему, и чертами, присущими большинству, то, насколько разделяют члены группы (сообщества) конкретные черты в повседневной практике, будет отражаться в сервисе.

Такое взаимодействие внешней среды, общества и повседневной жизнедеятельности людей можно представить как сложную систему связей, типичных для людей и определяющих структуру их жизнедеятельности.

Внутреннее строение социальной системы «сервис» необходимо понимать в качестве структуры, дифференцированной на множество подсистем. Функциональный

анализ включает дифференциацию системы на подсистемы, каждая из которых выполняет свою функцию.

Обобщая результаты исследования авторов, мы можем сделать вывод, что сервис как социальная система должен обладать следующим набором элементов: деятельность; процессы; нормы и правила; человеческий потенциал.

Любую деятельность правомерно рассматривать в единстве двух сторон – субъективной и объективной. Субъективная сторона деятельности представлена действиями естественных органов человека (приемами труда). Объективная сторона (предметная) – это совокупность объектов и их взаимодействий (средств труда, орудий труда), складывающихся в процессе осуществления акта деятельности.

Взаимодействие включает экономическое и социальное. Экономическое взаимодействие связано с использованием экономических ценностей (ресурсов) и направлено на извлечение выгоды, однако оно всегда носит социальный характер, так как выражает связи между индивидами и группами индивидов. Социальное взаимодействие имеет объективные и субъективные стороны. Объективной его стороной выступают связи, не зависящие от отдельных людей, но опосредующие, контролирующие содержание и характер их взаимодействия, т. е. отношения внутри группы как «социальная роль – социальная роль». Под субъективной стороной социального взаимодействия понимается сознательное отношение индивидов друг к другу как «личность – личность», межличностные, или социально-психологические, отношения, складывающиеся в конкретных социальных общностях в определенное время.

Особенностью подсистем «культура» и «личность» является то, что культура лежит в основе и системы личности, и социальной системы, т. е. эти две системы не что иное, как отражение преобладающих культурных образцов.

По мнению структурных функционалистов, культурные подсистемы специализируются на сохранении стандартов; системы личности – на достижении целей; организм, обладающий поведением, – на адаптации (активность); социальные системы – на функции интеграции единиц действия.

В результате при выполнении этих функций сервис как система позволяет:

- определить свои первичные цели и достигать их, т. е. сервис призван выполнять функцию, обеспечивающую удовлетворение потребностей в обществе и мире, что обеспечивает эмоциональную разрядку (человека) населения, позволяет организовать заполнение его времени на работе, дома, на отдыхе и т. д.;
- адаптироваться к внешней среде и приспособлять среду к своим потребностям, т. е. функция социальной связи, отвечающая за поддержку существующих в обществе образцов, ценностей и норм потребления;
- поддерживать и возобновлять как мотивацию индивидов, так и культурные образцы, создающие и поддерживающие мотивацию, т. е. функция преемственности (сохранения, передачи) старых традиций, определяющая новые направления культурного развития, а также процессы передачи норм и правил;
- координировать взаимоотношения своих элементов, т. е. функция интеграции, управлять отношениями всех функциональных подсистем.

Функциональная задача интеграции – взаимно приспособить эти подсистемы с точки зрения их содействия эффективному функционированию системы «сервис» как целого. Некоторые из этих промежуточных систем способствуют самоподдержанию системы, другие содействуют изменениям, но они становятся все более независимыми, автономными и определяют действия системы. Иначе говоря, благодаря этим промежуточным подсистемам социальная система «сервис» становится менее зависимой от внешней среды.

Все функции социальной системы «сервис» можно свести к двум основным: функции сохранения системы и функции совершенствования системы.

Основное звено системы «сервис» – взаимодействие. Любое взаимодействие предполагает по меньшей мере двух участников – интерактивов, что обусловлено вовлечением в оказание услуги двух сторон: тот, кто ее предлагает, и тот, кто предположительно испытывает в ней потребность. Анализ литературы показывает, что можно использовать понятия «клиент», «пользователь», «потребитель услуг». Например, понятия «пользователь», «клиент» введены в социальной работе как партнер сотрудника социальной работы. Понятие «потребитель услуг» относится больше к человеку активному в рыночных условиях, когда он выбирает обслуживание с лучшим ценовым/качественным отношением³. Поэтому можно сформулировать, что под актором подразумевается человек, с одной стороны, использующий потребность (имеющий проблему) – «потребитель», с другой – формирующий свою деятельность (как

³ Новикова К.Н. Управление системой социальной защиты населения: региональный аспект // Социальная политика и социология – 2007. – № 1. – С. 8–13.

профессиональную), направленную на решение проблемы личного или социального характера – «производитель».

Выделим те особенности процесса взаимодействия между потребителем и производителем, которые делают процесс потребления весьма специфичным, характеризуются большей индивидуальностью, различным по времени, и требуют немалого опыта и мастерства со стороны производителя услуг.

Социальные отношения между потребителем и производителем можно охарактеризовать в пространстве и во времени.

1. Пространство, на котором происходит взаимодействие, включает непосредственное воздействие на человека «лицом к лицу» (осуществляется с помощью вербальных, невербальных средств и физического взаимодействия) и опосредованное взаимодействие (осуществляется с помощью телефона, телевизора, компьютера и т. д.).

Пространство взаимодействия «лицом к лицу» – наиболее понятная и открытая ситуация для исследования, потому что партнеры присутствуют явно и могут сами определять свой статус друг для друга и остальных. Если в процессе взаимодействия производитель непосредственно контактирует с потребителем, то он может достаточно адекватно реагировать на запросы потребителя, в чем проявляется внутренняя «обратная связь». При любой реакции потребителя (пациента, клиента) производитель должен сохранять, с одной стороны, доброжелательность, радушие, с другой – тактичность, сдержанность. Так как процесс интерактивный, то процессы коммуникации на арене «лицом к лицу» не сводятся только к обмену «устными посланиями», а представляют комплексный поиск взаимопонимания «потребитель – производитель» услуг,

а также нахождение способов совместного подхода к решению проблемы. В действительности они частично конструируют свою деятельность через процесс.

2. Чем больше времени требует потребление, тем в большей степени оно осуществляется в режиме пульсации, т. е. происходит с определенной регулярностью взаимодействия производителя с потребителем (например, осуществляется каждый день, по будням, раз в неделю, два раза в месяц и т. п.). Процессы взаимодействия будут разовыми и регулярными, при этом регулярный характер взаимодействия в большей степени учитывает индивидуальные качества потребителя, что обуславливает индивидуальный характер потребления.

3. Особенности взаимодействия определяются основными мотивами, в силу которых клиенты к ним обращаются, степенью его важности для повседневной жизни человека, его возможностей и здоровья (к примеру, взаимодействие с клиентами бюро путешествий будет заметно отличаться от взаимодействия с потребителями бюро ритуальных услуг). В связи с этим процессы взаимодействия, направленные на нужды населения, должны учитывать индивидуальные запросы, потребности, ценности и эмоциональные состояния потребителей.

4. В процессе взаимодействия возникают отношения представителей определенных общественных групп (классов, профессий). Такие отношения строятся на основе определенного положения, занимаемого в системе общества каждым его членом, их сущность проявляется во взаимодействии социальных ролей (объективные, формальные отношения). В неформальных отношениях люди контактируют друг с другом индивидуально, они скорее заин-

тересованы в личностных качествах, чем в статусах и ролях. В отношениях между акторами в сервисе всегда должна сохраняться определенная дистанция, обусловленная их социально-функциональными ролями в пространстве обмена.

5. Важной особенностью социального взаимодействия в сервисе является общение, которое включает три взаимосвязанные стороны:

– коммуникативное общение – обмен информацией (чувства, просьбы, приказы и т. д.), при этом между членами группы могут устанавливаться самые разные коммуникативные отношения, информация может передаваться по самым разным каналам (прямое и опосредованное);

– интерактивная сторона – в ходе обмена информацией происходит поиск совместного решения проблемы, т. е. конструируется деятельность через процесс (согласование действий, влияющее на поведение и распределение функций);

– перцептивная сторона общения – процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой основе взаимопонимания.

Эмоциональность отношений – это совершенно особый фактор, который обычно не обнаруживается во взаимодействиях других типов. Эмоциональная основа межличностных отношений включает все виды эмоциональных проявлений (аффекты, эмоции, чувства).

6. Конечным результатом взаимодействия акторов в сервисе является удовлетворение потребностей человека, которое характеризуется полезным эффектом. Поскольку результатом взаимодействия является полезный эффект, то на него влияют многие факторы окружающей среды. Одним из первых аспектов связи личности

с окружающей средой исследовал А. Маслоу, например, организацию пространства, создающую общую атмосферу (благожелательную или совершенно неприемлемую) для оказания услуг. Все это определяет значимость окружающей обстановки (окружающая обстановка, социальная среда, интерьер, его цветовое решение).

Так как «полезные свойства» включают материальные и нематериальные ценности, отношения между производителем и потребителем концентрируются вокруг не только материальных вещей и предметов самих по себе, а их функционального характера и определенного качества, в которых потребитель заинтересован. В связи с тем, что каждый человек характеризуется индивидуальным характером, мотивом, настроением, потребностями и интересами, прошлым опытом, внешними коммуникациями, то результатом процесса взаимодействия между акторами будет высокая доля субъективности и непостоянства.

В результате особенности взаимодействия между акторами определяют функциональную природу производимых услуг условиями, в которых они оказываются, мотивацией, заставляющей потребителей обращаться к производителям того или иного вида сервиса, и характером оказываемых услуг. На всех этапах процесса взаимодействия непосредственный контакт акторов сопровождается этическими принципами обращения, определенными нормами мастерства, формируя единообразные нормы обслуживания.

Специфические особенности процесса взаимодействия проявляются в главных элементах обслуживающего процесса, таких как профессионально-трудовые, социально-психологические, этические, эстетические, которые формируют культуру

ру сервиса. Культура сервиса включает систему эталонных трудовых норм, высоких духовных ценностей и этики поведения.

К профессионально-трудовым элементам можно отнести профессиональную подготовку, высокий уровень профессионализма (дисциплина, ответственность, владение профессиональными навыками, мастерство, широкие знания); организационно-технологическое совершенствование труда.

Специалисты в сервисе должны обладать необходимым минимумом психологических способностей. К этому можно отнести высокий уровень креативности, коммуникативных способностей (умение за короткий период устанавливая диалоговый контакт с потенциальным потребителем), особый тип мышления (способность выполнять огромное количество разнообразных задач), способность к экспресс-диагностике на основе природной наблюдательности и навыков, умение вести себя профессионально в конфликте (быть миротворцем по природе или по мировоззрению).

Этика обслуживания включает такие отношения с клиентами, которые считаются в нашем обществе желательными, одобряемыми, стимулируются современной практикой сервиса и тем самым делают процесс обслуживания приятным и эффективным для обеих сторон. Необходимо отметить их умение организовать себя, эмоционально настроиться на выдержанный, деловой лад, а также стремление к внутреннему развитию и самосовершенствованию. Эстетика обслуживания связана с художественными аспектами услуги, с внешними формами окружающих предметов, сопровождающих процесс обслуживания, а также с внешним видом сотрудников, который должен соот-

ветствовать служебным целям и согласовываться с интерьером.

В результате к участникам взаимодействия предъявляются определенные правила, нормы, установки, обычаи. При этом принципы должны согласовываться как с нормами, одобряемыми в обществе, с национальными традициями страны, так и с современными требованиями мировых стандартов сервиса.

В социальной системе «сервис» выделяются два способа взаимодействия: первый – взаимодействие между частями системы (подсистемами) определяется как «прямое» взаимодействие; второй – взаимодействие между частями и целым («часть–целое», «целое–часть») определяется как «косвенное»⁴.

Прямое двустороннее взаимодействие включает непосредственное и опосредованное взаимодействие, в результате которого происходит обмен информацией. Непосредственные взаимодействия, как было отмечено, когда индивиды взаимодействуют лицом к лицу, находятся в непосредственном контакте. Активный двусторонний обмен мнениями и оценками (с использованием нескольких каналов коммуникаций) обуславливает обратную связь (например, общение продавца и покупателя, учителя и ученика, врача и пациента). Опосредованное взаимодействие всегда происходит при помощи какого-то особого, искусственного канала коммуникации (возможность обратной связи ограничена). Так как индивиды обладают набором ценностей, то в результате их прямого взаимодействия (согласование мнений, выявление предпочтений) устанавливаются этические

⁴ Вайдлах В. Социодинамика: системный подход к мат. моделированию в соц. науках – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 478 с.

принципы поведения и морали. Особенности процесса взаимодействия показали, что это интерактивный процесс конструирования совместной деятельности, результатом которой будет удовлетворение потребностей акторов. Это ведет к взаимодействию с системой «сервис» («часть–целое») и способствует в широком смысле коммуникациям. Прохождение информации по всем каналам связей приводит к изменению системы и ее свойств: «для целостной характеристики системы более важным являются не прямые, а косвенные взаимодействия ее частей и целого», – указывает В. Вайдлих⁵. В итоге принятый в системе «сервис» порядок или «правила игры» лежат в основе их интеграции и обеспечивают целостность системы.

С точки зрения системного подхода *сервис как социальная система* индивидуального обслуживания является сверхсложным объектом, взаимодействует со своим окружением, характеризуется многообразными связями и процессами, которые включают коммуникации, насыщенные межличностными отношениями. Главным звеном в системе «сервис» является процесс взаимодействия потребителя и производителя. Рассматривая акторов процесса взаимодействия как равноправных партнеров, определяя их общие цели, обслуживание способно проду-

цировать единые духовные ценности, тем самым согласовывая и гармонизируя их поведение в целом. В свою очередь, слаженные действия и взаимопонимание всех участников процесса взаимодействия ведут к тому, что позитивный эффект обслуживания многократно усиливается.

Литература

Вайдлих В. Социодинамика: системный подход к математическому моделированию в социальных науках / В. Вайдлих; пер. с англ. под ред. Ю.С. Попкова, А.Е. Семечкина. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 478 с.

Луман Никлас. Социальные системы: очерк общей теории / Никлас Луман; пер. с нем. И.Д. Газиева. – СПб.: Наука, 2007. – 641 с.

Новикова К.Н. Управление системой социальной защиты населения: региональный аспект / К.Н. Новикова // Социальная политика и социология. – 2007. – № 1. – С. 8–13.

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

Ритцер Дж. Современные социологические теории / Дж. Ритцер. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 688 с.: ил. (Мастера психологии).

Сорокин П.А. Система социологии. – Т. 2: Социальная аналитика: учение о строении сложных социальных агрегатов. – М.: Наука, 1993. – 88 с.

⁵ Вайдлих В. Социодинамика: системный подход к мат. моделированию в соц. науках / пер. с англ.; под ред. Ю.С. Попкова, А.Е. Семечкина. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 478 с.