

УДК 658.5(07) + 658.562.012.7

**ПРОБЛЕМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ УСЛУГ  
В ПРОМЫШЛЕННОЙ СФЕРЕ**

**ISSUES OF PROVIDING HIGH-QUALITY SERVICES  
IN THE INDUSTRIAL SPHERE**

**Ю. А. Андриянова**

**Y. A. Andriyanova**

*ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный политехнический университет», г. Санкт-Петербург*

**Аннотация.** В статье анализируются проблемы, связанные с особенностями рынка услуг, широким спектром их видов, специфическими свойствами. Особое внимание уделено промышленным услугам, их классификационным признакам. Обозначена взаимосвязь услуг с жизненным циклом выпускаемой продукции и проблемами ее эксплуатации. Рассмотрены интеграционные процессы в этой сфере, а также характеристики качества услуг и методики его оценки.

**Abstract.** The article analyzes the issues of peculiarities of services market, the kinds of these services, their specific features. Special attention is paid to the industrial services, classification features of these services. The article points out the interrelation of life cycle of produced products and problems of its service. It considers the integration processes in this sphere and also the quality of services and the methods of its evaluation.

**Ключевые слова:** *промышленные услуги, рынок услуг, проблемы предоставления услуг, научно-технический подход к оказанию услуг, качество услуг, управление качеством.*

**Keywords:** *industrial services, services market, issues of providing services, scientific and technical approach to providing services, quality of services, quality management.*

**Актуальность исследуемой проблемы.** В условиях современного информационного общества все большую значимость приобретает перспективная и быстрорасширяющаяся сфера услуг. Как отмечал американский специалист в области качества Джозеф Джуран: «Потребитель всегда покупает услугу, даже если ему кажется, что он покупает промышленную продукцию».

В основе технического прогресса находится создание высокотехнологичных и трудоемких, наукоемких и неметаллоемких отраслей производства. Наличие и развитие научно-практических разработок в этом направлении широко освещается в специальной литературе и средствах массовой информации. А вот в области выделения и развития сферы промышленных услуг, значимость которой стремительно растет, остро ощущается необходимость новых подходов и научных исследований.

**Материал и методика исследований.** Работа проводилась на материалах электро-технической промышленности Чувашской Республики. Применялись методы обобщения литературных источников, исторической ретроспективы, наблюдения, анализа проблемных ситуаций.

**Результаты исследований и их обсуждение.** В национальной экономике интенсивное развитие приобретает индустрия услуг. Спрос на услуги возрастал и раньше, но в индустриальном обществе услуги чаще всего сопровождали производство, не выделяясь в отдельную сферу деятельности, как сегодня. Рынок насыщался, прежде всего, товарами и продукцией, а спрос на услуги интенсивно стал расти только в последние десятилетия. В настоящее время появляются новые виды услуг, проявляются их специфические особенности и за счет этого удовлетворяются разнообразные потребности рынка. Широкий спектр услуг, предоставляемый в промышленной сфере, подвержен влиянию и неотделимо связан с качественными характеристиками продукции, ее потребительскими свойствами. Потребителю, по сути, требуется услуга, даже если он покупает промышленную продукцию. Следует отметить, что процесс оказания услуги в промышленности неотделим от жизненного цикла продукции. Поскольку в сложной совокупности стадий производства и потребления продукции все является важным, начиная от первоначальной идеи с определением предпочтений потребителя и до их удовлетворения. Жизненный цикл промышленной услуги может продлить жизненный цикл продукции и оказать влияние на систему следующего уровня – организацию, т. е. повлиять на ее конкурентоспособность. Потребители чаще стали обращать внимание не столько на продукцию, ее характеристики и свойства, сколько на услуги, связанные с расширенными возможностями ее потребления, содержания и эксплуатации. Причем многие услуги интересуют потребителя не в отдельности, а в комплексе. Именно о предоставлении комплекса услуг (в него входят основной процесс услуги и ряд дополнительных возможностей) задумывается потребитель, отдавая широкому спектру услуг свое предпочтение. Решение проблемы предоставления комплекса услуг в промышленной сфере – задача перспективная в научно-исследовательском и практическом плане.

В современных условиях важность услуг в промышленной сфере непрерывно возрастает по многим причинам. Среди них выделяют закрепление приоритетности развития услуг в государственной политике; развитие кластерного подхода с концентрацией быстро растущего числа организаций, трудовых и иных ресурсов в индустрии услуг; ориентацию деятельности предприятий на маркетинговые подходы и учет интересов потребителя; реализацию принципов управления качеством в индустрии услуг.

Рынок услуг как разновидность товарного рынка изучается отдельно в маркетинге лишь несколько десятилетий, что потребовало применения маркетингового подхода к решению возникающих проблем. Исследователи выделяют ряд особенностей и специфических черт рынка услуг [1]: высокую динамику рыночных процессов и интенсивный рост спроса; территориальную неоднородность и сегментацию; ускоренную оборачиваемость капитала (в силу более короткого производственного цикла услуги); высокую чувствительность к изменениям рыночной среды; специфику процессов организации производства и оказания услуг; высокую дифференциацию услуг (диверсификацию, персонализацию и индивидуализацию спроса на услуги); стимул к инновациям (обуславливает появление новых услуг, поиск которых становится первоочередной задачей); неопределенность результата оказания услуг (результат, подверженный влиянию различных характеристик, который не может быть заранее определен; окончательная оценка дается только после потребления услуги). В ходе рассмотрения особенностей рынка промышленных услуг в электротехнической сфере нами получено подтверждение выделенных тенденций. В результате проведенного анализа сильных и слабых сторон промышленных услуг обозначены необходимые ориентиры: внедрение ресурсо- и энергосберегающих

технологий в условиях кластерного подхода, обеспечение надежности в электроэнергетике, внедрение ресурсо- и энергосберегающих технологий в условиях кластерного подхода, повышение их качества и конкурентоспособности.

Услуги как вид деятельности приобретают все более сложный характер как по своей сути, так и по их назначению. Выработка классификационных критериев имеет немаловажное значение, поскольку к созданию классификационных схем каждый автор старается подойти со своей, отличающейся от других научной трактовкой, что приводит к распространению зачастую несопоставимых подходов и затрудняет их анализ в различных отраслях. Так, сфера государственных, социальных и бытовых услуг часто рассматривается в литературе, достаточно подробно освещается их структура, требования и оценка качества, но для промышленных услуг эти критерии проработаны крайне ограничено. Особенно многочисленными являются критерии классификации в научном и методологическом смысле [2].

Услуги по назначению и характерным признакам можно подразделить:

1) на материальные, к ним относятся жилищно-коммунальные, бытовые услуги, ремонт и изготовление запчастей, услуги транспорта, складского хозяйства, общественного питания и т. д.;

2) деловые: технические, интеллектуальные, финансовые и др.;

3) социокультурные: образование, здравоохранение, безопасность, саморазвитие;

4) производственно-технические: эксплуатация, ремонт, консультация и пр.

В свою очередь, разнообразие услуг представлено в сфере производственно-технического назначения, где также нет единой классификационной схемы. Здесь выделяют следующие услуги:

– инжиниринг (развитие и проектирование промышленных объектов);

– техническое обслуживание (ремонт, установка, пусконаладка, диагностические методы контроля состояния эксплуатации);

– предпродажные и послепродажные услуги (сборка и разборка оборудования и др.);

– прочие услуги: нарезка, сортировка, хранение и аренда и т. п.

Специфические особенности услуг связаны с их неоднородностью, неосвязаемостью (нематериальностью), несохраняемостью, нестабильностью, совпадением производства и потребления услуг, вовлеченностью потребителя, невозможностью точной оценки результата услуг и др. [4]. Благодаря особенностям услуги выделены в самостоятельный объект исследования, отличающийся от товара или продукции. Эти особенности находят свое отражение и в сфере предоставления промышленных услуг, где необходима детальная проработка этого вопроса.

Большое число звеньев производственной системы и посредников, которые являются, по сути, предприятиями сервиса, оказывают только услуги, связанные с производимым, продвигаемым на рынок или продаваемым продуктом на разных участках производственной цепи [1].

В условиях высокой интеграции, развития форм объединений и сотрудничества промышленные предприятия вынуждены выделять структуры, предоставляющие потребителю необходимые виды услуг. Через новые формы аутсорсинга и инсорсинга промышленные предприятия сами потребляют различные услуги и одновременно создают для этого научно-производственные объединения, торгово-промышленные компании, финансово-промышленные группы и т. п. Потребителю продукции необходимы все сопутствующие услуги, если они не предоставляются непосредственно производителем, то

сложно выбрать из множества конкурирующих компаний наиболее качественно оказывающие услуги. И все же интеграционные процессы уже не остановить. Интегрированная среда охватывает предприятия – поставщика, эксплуатанта, сервисные службы, ремонтные подразделения и другие объекты. На примере электротехнической отрасли, создание такой среды и соответствующих условий (прежде всего, стандартов) оказания промышленных услуг является принципиально новой для промышленности задачей, требующей научно-технического решения в ближайшее время.

С одной стороны, основным источником различного рода услуг выступают как промышленные предприятия, так и непосредственно созданные для оказания услуг организации. С другой стороны, разрешение проблемы предоставления комплекса услуг не может сводиться лишь к одной организации определенной структуры, даже если она и берет на себя соответствующие функции, а должно осуществляться с учетом заданных технологических процессов, определенных регламентов, процедур оценки и контроля качества.

В условиях жесткой конкуренции организации не могут существовать без инноваций и активно включаются в поиск новых способов создания услуг для потребителя, так как его компетентность и требовательность постоянно повышаются. Покупатель видит все меньше технических различий между конкурентными предложениями организаций, отсюда и возникает необходимость создания преимуществ за счет достижения добавленной ценности [4]. Неудовлетворенность качеством услуг приводит к потерям доли рынка и снижению конкурентоспособности и прибыльности предприятия. Именно поэтому в индустрии услуг необходимо выявлять и даже формировать потребности и предпочтения целевых групп потребителей.

Покупатель как главное лицо бизнеса стремится к соответствию цены и качества услуг. Практика деятельности свидетельствует, что, как правило, потребитель услуг жалуется на ее высокую цену намного реже, чем покупатель продукции или товара. При этом добавленная стоимость услуг значительно превосходит прямые затраты на производство продукции. В электротехнической отрасли это особенно ярко проявлено, так как подтверждается правило: «Чем дешевле оборудование – тем дороже его обслуживание».

Среди проблем, связанных с эксплуатацией промышленной продукции, согласно проведенным исследованиям в электротехнической отрасли, выделяют отсутствие квалифицированного (в том числе и профилактического) технического обслуживания, несвоевременную диагностику, ошибки монтажа и пуско-наладки, неисправность, нарушение условий эксплуатации (механические повреждения, запыленность, нарушение герметичности, аварийные ситуации, изменение условий размещения оборудования и т. п.). Причем основная проблема, особенно на рынке промышленных услуг, – отсутствие технологии. По сути, каждая организация сама определяет, что и как делать при обслуживании, создает (это в лучшем случае) собственную (внутреннюю) технологическую документацию на все комплексы услуг, ведет учет и контроль. Наличие стандартов приобретает большую значимость в области обеспечения качества предоставления услуг.

Качество услуг определяется действием многочисленных факторов, носящих случайный и субъективный характер, и связано с множеством уже названных проблем. Можно согласиться с мнением большинства ученых: о качестве услуг трудно судить, а еще труднее его оценить (определить). Усложняет в данном случае ситуацию большое количество нормативных документов, регулирующих качество. В ряде отраслей промышленности до сих пор действуют нормы, установленные ранее существовавшими методами, отдельные моменты носят противоречивый характер.

Существуют различные классификации показателей качества услуг. Так, международный стандарт ИСО 9004-2001 [3] предлагает использовать две группы показателей качества – количественные и качественные. Качество услуг уже является качественной характеристикой и выделение количественных показателей скорее условно и связано с возможностью их измерения.

Следует учесть, что особенности услуг и их оказание определяют показатели качества услуг. Обозначим эти показатели: функциональное назначение; безопасность; надежность; качество обслуживания (культура обслуживания); организация и дизайн места оказания услуг; полнота и точность их исполнения профессиональное мастерство; эффективность взаимоотношений. Качество в этом смысле не имеет абсолютной оценки. Все же большинство количественных показателей качества услуг являются относительными. При определении качества услуг используются методы оценки несоответствий (разрывов), методы экспертных оценок, рейтинговый и т. д. В методическом и практическом плане оценка качества услуг может стать трудоемкой и неэффективной, если пытаться учесть всю совокупность показателей. Целесообразнее анализ качества услуг проводить с использованием ограниченного числа показателей, наиболее значимых для потребителей, а для этого разработаны опросные листы и внедрен механизм online-поддержки, внедренный в ряде предприятий отрасли. Для этих целей потребовалось создание единой целостной методики оценки качества услуг, а также аттестация предприятий как подтверждение качества предоставляемых ими услуг в целях повышения их конкурентоспособности.

**Резюме.** Можно сделать вывод, что в промышленной сфере возрастает важность услуг, возникают проблемы предоставления комплекса и дополнительных услуг, государственные программы направлены на развитие и концентрацию усилий в индустрии услуг, но необходима ориентация на потребителя с учетом концепции всеобщего управления качеством. Для решения проблем предоставления промышленных услуг важно классифицировать широкий спектр услуг, сопоставить действующие нормы, разработать технологии предоставления, контроля и оценки качества услуг: минимальные стандарты качества и комплекты типовой эксплуатационной документации; шеф-надзор за правильностью и качеством оказания услуг с целью диагностики выявления отклонений от требований к качеству, определяемых нормативными документами, их причин; разработки мероприятий по устранению нарушений и повышению качества обслуживания. Таким образом, осуществление полноценного и правильно организованного комплекса услуг улучшит качество самой продукции, продлит сроки эксплуатации, что в конечном итоге поможет значительно снизить затраты и повлияет на конкурентоспособность предприятия в целом.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Аванесова, Г. А.* Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учебное пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – 2-е изд. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 320 с.
2. *Биндиченко, Е. В.* Состав и структура сферы услуг / Е. В. Биндиченко, Н. А. Платонова // Сфера услуг: проблемы и перспективы развития : в 4 т. Т. 1 : Формирование сферы услуг / под ред. акад. Ю. П. Свириденко. – М. : ВЕГА ИНТЕЛ, 2000. – 448 с.
3. *ГОСТ Р ИСО 9004-2001.* Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 15.08.2001 № 334-ст) (ред. от 07.07.2003).
4. *Ламбен, Ж.-Ж.* Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.