

Теоретичні основи сервісної діяльності

Один з найбільш поширених видів діяльності - це надання послуг. Вже в давнину існували люди й цілі організації, які на професійному рівні надавали складні, часом дорогі послуги, що вимагають спеціальних знань, професійних навичок та відповідного обладнання. У ХХ в. сервіс перетворився на великомасштабну сферу людської діяльності. У розумінні сутності сервісної діяльності ключова роль належить поняттю «сервіс»*.

Сервіс (англ. service - служба, обслуговування) - це особливий вид людської діяльності, який спрямований на задоволення потреб клієнта шляхом надання послуг.

З даного визначення видно, що можна виділити три основні підходи (аспекту) до розуміння сутності сервісу:

1. Сервіс як форма людської діяльності.

До сфери послуг, або до сервісної діяльності, зараз прийнято відносити ряд великих секторів економіки: торгівлю, фінанси, транспорт, охорона здоров'я, індустрію розваг і спорту, а також сфери науки, освіти та управління. Така класифікація видів сервісу за сферами його здійснення. Однак краще зрозуміти зміст сервісу дозволяє інша класифікація, в основу якої покладено чотири головні форми людської діяльності:

- матеріально-перетворювальна діяльність включає в себе різноманітні послуги щодо задоволення матеріальних потреб. Наприклад, виготовлення за спеціальними замовленнями всіляких предметів і пристосувань, транспортування товарів, ремонт і технічне обслуговування;
- пізнавальна діяльність спрямована на задоволення нематеріальних, а духовних потреб людини і вимагає надання знань або інформації. До цього типу належать освітні послуги та послуги в галузі інформаційного сервісу, що надаються за допомогою Інтернету, довідкових служб, аналітичних центрів, експертів, науково-дослідницьких інститутів та інших установ, які мають інформацією, здатних обробляти її на професійному рівні і надавати користувачеві в потрібному для нього вигляді;
- ціннісно-орієнтаційна форма діяльності дозволяє встановити, яке значення мають існуючі природні і соціальні явища для людини, виробити певне ставлення до них, дати їм оцінку. Сервіс в цій області здійснюється через рекламу, експертизу, психодіагностику, іміджмейкерські послуги, художньо-оформлювальну діяльність, послуги релігійного характеру;
- комунікативна форма діяльності - це організація спілкування (комунікації) між окремими людьми та організаціями. До цього напрямку сервісної діяльності можна віднести організацію презентацій,

зустрічей, конференцій, виставок, переговорів, спілкування в Інтернеті, послуги з перекладу з однієї мови на іншу, психологічний тренінг спілкування, в якійсь мірі діяльність засобів масової інформації, послуги зв'язку.

Такі особливості видів сервісу, пов'язані з існуванням чотирьох основних форм людської діяльності.

2. Сервіс як спосіб задоволення потреб.

Будь-яка сервісна діяльність спрямована на задоволення потреб клієнта. Тому вивчення потреб необхідно для розуміння механізмів сфери сервісу.

Потреба - це стан людини, що складається на основі протиріччя між наявним і необхідним та спонукає його до діяльності щодо усунення даного протиріччя. Сервіс виявляється одним із способів вирішення цієї суперечності.

Потреби діляться на первинні та вторинні.

Первинні потреби є по своїй природі фізіологічними і, як правило, уродженими. Прикладами можуть служити потреби в їжі, воді, потреба дихати, спати і сексуальні потреби.

Вторинні потреби по природі своїй психологічні. Наприклад, потреби в успіху, повазі, прихильності, влади і потреба в приналежності кому-або чому-небудь. Первинні потреби закладені генетично, а вторинні звичайно усвідомлюються з досвідом. Оскільки люди мають різний набутий досвід, вторинні потреби людей розрізняються в більшому ступені, ніж первинні. Особливо слід сказати про соціальні і культурні потреби, які відносяться до вторинних і багато в чому формуються культурним середовищем і тісно співвідносяться з соціальним статусом, рівнем освіти і загальним розвитком особистості.

3. Сервіс як надання послуг.

Згідно Ф. Котлеру, «послуга - будь-який захід або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невловимі і не приводять до заволодіння чим-небудь».

Існують різні класифікації типів і видів послуг, кожна з цих класифікацій відображає специфічний підхід до аналізу сервісної діяльності.

Завдання вироблення єдиних критеріїв і схем класифікації послуг поки залишається невирішеною. У світовій практиці вишуковуються способи подолання складнощів, пов'язаних з різночитанням і несопоставимістю класифікаційних схем аналізу, прийнятих в різних регіонах і країнах. Так, має місце звернення до аналізу послуг, які в розвинених країнах враховуються статистичними органами, що дозволяє використовувати зіставні статдані щодо цих послуг для порівняльного вивчення:

- ділові послуги;
- послуги зв'язку;
- будівельні та інжинірингові послуги;
- дистриб'юторські послуги;
- фінансові послуги, включаючи страхування;
- послуги з охорони здоров'я і соціальні послуги;
- туризм та подорожі, послуги в області організації дозвілля;
- транспортні послуги;

- інші послуги.

У міждержавній практиці ряду країн використовується класифікація послуг, заснована на двох взаємопов'язаних між собою критеріях: тип послуг і сфера їх застосування. У даному випадку типологічно схожі послуги групуються певним чином:

- виробничі (інжиніринг, лізинг, обслуговування та ремонт обладнання);
- розподільні (торгівля, транспорт, зв'язок);
- професійні (банківські, страхові, фінансові, консультаційні, рекламні);
- споживчі (масові послуги, пов'язані з домашнім господарством і проведенням часу);
- громадські (телебачення, радіо, освіта, культура).