

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ: ПОТЕНЦИАЛ И РИСКИ

IMPLEMENTATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN SERVICE INDUSTRY: POTENTIAL AND RISKS

I. Shaydakov

Annotation

The present paper contains a basic approach of implementation of information technologies (IT) in service industry. It is demonstrated that IT lead to automation of service and to distant service. Main ways of implementation of automation and distant service are analyzed. Advantages and disadvantages of IT in service industry from the point of view of customers, service providers and society are described.

Keywords: information technologies, service industry, automation, distant service.

Аннотация

В статье предложен базовый подход к внедрению информационно-компьютерных технологий (ИКТ) в сервисной деятельности. Показано, что внедрение ИКТ в сфере услуг ведет к автоматизации процесса обслуживания и к переходу к дистанционному формату предоставления услуг. Выявлены направления внедрения автоматизации и дистанционного обслуживания. Рассмотрены преимущества и риски внедрения ИКТ для клиентов, сервисных операторов и общества.

Ключевые слова:

Информационно-компьютерные технологии, сфера услуг, автоматизация, дистанционное обслуживание.

Шайдаков Илья Евгеньевич

*Аспирант каф. экономики и менеджмента
Санкт-Петербургского института
внешнеэкономических связей,
экономики и права*

Рост применения информационно-компьютерных технологий (ИКТ) в сфере сервиса [1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26] ставит три важных вопроса:

◆ Каков должен быть принципиальный подход к внедрению ИКТ в сфере сервиса (или, иными словами, что является результатом внедрения ИКТ в сфере услуг)? Ответ на этот вопрос исключительно важен, поскольку он будет лежать в основе разработки методического аппарата поддержки внедрения ИКТ в сфере услуг. Пока такой аппарат, несмотря на наличие исследований в данной области, разработан не был;

◆ Каков потенциал применения этих инновационных сервисных технологий (или, иначе, каким образом следует использовать автоматизацию в сфере услуг для обеспечения конкурентоспособности сервисных предприятий)?

◆ Какие преимущества и риски для всех сторон сервисной деятельности (предприятия сферы услуг, потребителя услуг и общества) несут эти тенденции?

В данной статье мы попытаемся найти ответ на эти вопросы.

В качестве ответа на первый из поставленных выше вопросов можно констатировать, что ИКТ в сфере услуг используются для автоматизации процесса предоставления услуги [19] и организации дистанционного обслуживания [14].

Внедрение автоматизации в сфере сервиса происходит путем вычленения в сервисном продукте стандартизированной и индивидуальной составляющей (этот подход во многом сходен с моделью рутинизации бизнес-процессов [29]). Стандартизированная составляющая автоматизируется, тогда как индивидуальная составляющая выполняется при помощи живого труда сотрудников сервисной компании. При этом благодаря развитию технологий создается возможность наращивания стандартизированной составляющей (поскольку сервисные терминалы становятся способными выполнять все более широкий спектр функций). Благодаря этому происходит непрерывное расширение автоматизации сервисной деятельности (см. рис. 1). Маленькие стрелки на рис. 1. обозначают направления декомпозиции сервисного продукта, а большие стрелки показывают направление эволюции структуры сервисного продукта, достигаемое благодаря развитию технологий и трансформацию модели оказания услуги (переход от использования сервисного персонала к автоматизации).

Внедрение дистанционного обслуживания осуществляется путем организации удаленного доступа клиента к ресурсам оператора на основе современных телекоммуникационных и информационно-компьютерных технологий. В качестве наиболее наглядных примеров можно привести электронную коммерцию (в рамках которой клиент виртуально "посещает" не реальный торговый зал, а виртуальное торговое пространство интернет-магази-

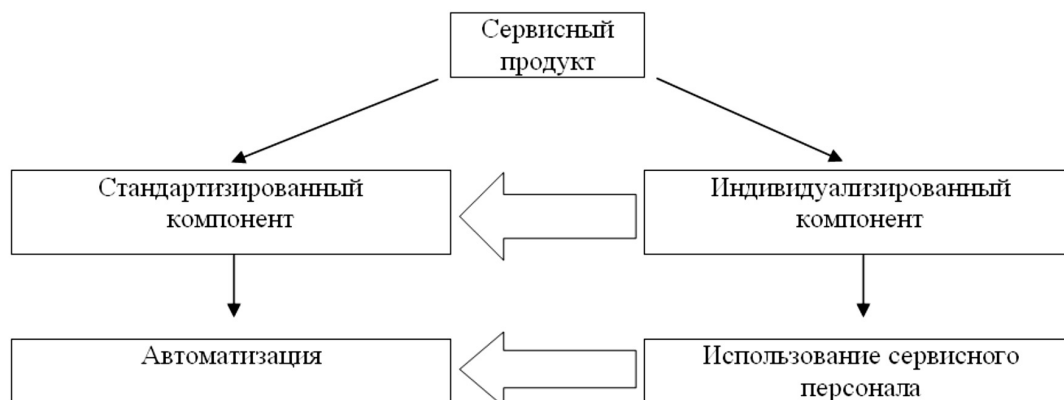


Рисунок 1. Механизм применения автоматизации в сервисной деятельности (предложено автором).

на) или электронный банкинг. В обоих этих случаях речь идет о виртуальном сервисном пространстве (ВСП), созданном для обслуживания клиента, доступ к которому возможен при помощи телекоммуникационных технологий, а использование осуществляется на основе современных информационно-компьютерных технологий (ИКТ). ВСП означает, что сервисным оператором создана полноценная виртуальная среда взаимодействия со своими клиентами и для предоставления им определенного набора услуг [14]. Взаимодействие в этой виртуальной среде может как дополнять традиционное взаимодействие оператора и клиента в реальном мире, так и полностью вытеснять его.

Очевидно, что только технологический подход позволяет говорить о подлинно дистанционном оказании услуг, поскольку именно при технологическом подходе выполняется главный признак дистанционного оказания услуги – дистанционный (осуществляемый по каналам связи) доступ клиента к ресурсам сервисного оператора.

Разумеется, формирование ВСП является высшим уровнем организации дистанционного обслуживания, возможным в наши дни.

Отличительные признаки ВСП:

- ◆ широкий спектр предоставляемых услуг;
- ◆ высокий уровень адаптации к индивидуальным запросам клиента (возможность персонализации обслуживания, достигаемая как посредством автоматической обработки запросов, так и при помощи дистанционного общения клиента и сотрудника сервисного оператора, который может оказать необходимую консультационную поддержку и т. д. [18]);
- ◆ дистанционный доступ к ресурсам оператора;
- ◆ доступ в ВСП осуществляется с того устройства, который клиент использует для доступа в Интернет.

Фактически это устройство выступает в качестве сервисного терминала [19].

Очевидно, что ключевым условием внедрения дистанционного обслуживания является возможность информатизации сервисного продукта (т. е. перевода его в информационный формат) [1, 2, 6].

Легко убедиться в том, что описанный выше подход сочетает в себе дистанционное оказание услуги и автоматизацию самообслуживания клиента. Это вполне оправданно, поскольку при дистанционном оказании услуги возможности непосредственного контакта клиента и сервисного персонала уменьшаются, и использование живого труда работников становится нецелесообразным, что позволяет исключить его и переложить выполнение соответствующих действий на самого клиента. Таким образом, внедрение ИКТ в сервисную деятельность становится условием и причиной перехода к автоматизации оказания услуг и переводу их предоставления в дистанционный формат (см. рис. 2).

Для ответа на второй из поставленных вопросов – необходимо понять, из каких элементов складывается эта деятельность.

Как показано в работе [19], процесс оказания услуги включает в себя транзакционную и сервисную составляющую – каждая из которых связана с затратами труда как сервисного персонала, так и самого получателя услуги (см. табл. 1).

Рассмотрим эти компоненты на примере фитнес-услуг [5].

Транзакционная составляющая этих услуг для оператора фитнес-центра может быть разбита на единове-

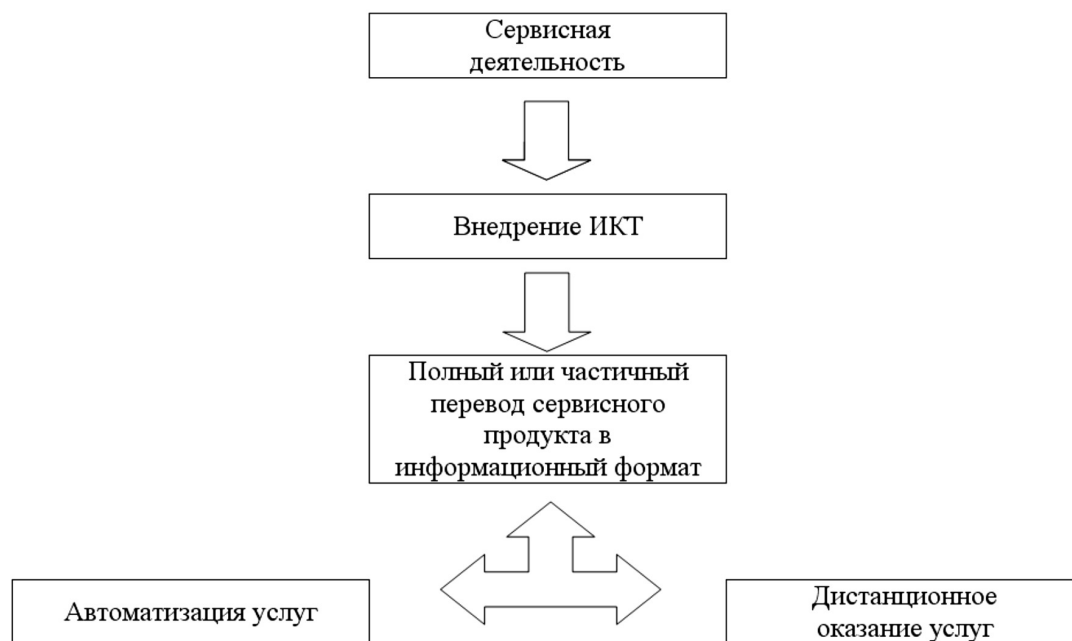


Рисунок 2. Трансформация сервисной деятельности на основе внедрения информационно-компьютерных технологий (разработано автором).

Таблица 1.

Структура затрат труда при выполнении услуги (составлено автором по материалам [19]).

	Трансакционная составляющая	Сервисная составляющая
Затраты труда сервисного персонала	Затраты труда сервисного персонала на организацию предоставления услуги	Затраты труда сервисного персонала на предоставление услуги
Затраты труда получателя услуги	Затраты труда получателя услуги на получение доступа к услуге	Затраты труда получателя услуги на получение услуги

менную и текущую. Единовременная составляющая заключается в предоставлении информации о различных видах услуг, предлагаемых фитнес-центром, о разнообразных акциях, действующих в момент возможного заключения сделки, оформлении договора с клиентом, взимания с него оплаты и т. д. Текущая составляющая состоит в проверке личности клиента при его входе в фитнес-зал (здесь имеют значение не только соображения безопасности, но и банальная проверка наличия у посетителя права на получение услуги для предупреждения несанкционированного бесплатного пользования сервисом), приемке у него вещей и т. д.

Из аналогичных действий состоит и транзакционный компонент применительно к получателю услуги (поскольку клиент заинтересован в получении этой информации и

нуждается в юридическом подтверждении своих отношений с фитнес-центром).

Сервисная составляющая затрат труда со стороны оператора фитнес-центра складывается из затрат труда инструктора, банщика (если в фитнес-центре предусмотрен хамам) и т.д., т.е. из тех затрат труда сервисного персонала, которые необходимы для предоставления клиенту того набора услуг, который предусмотрен договором с ним. Затраты труда клиента при получении сервисной составляющей связаны с выполнением тех действий, в которых эта составляющая и заключается, т. е. затраты труда на тренировку.

Однако в табл. 3. представлены только те затраты труда персонала и клиента, которые непосредственно свя-

заны с процессом оказания услуги (т. е. с взаимодействием с клиентом в процессе предоставления услуги). Очевидно, что этими процессами функционирование сервисной организации не исчерпывается, поскольку в нем представлены внутренние процессы, направленные как на обеспечение собственной деятельности организации (подготовка отчетов для налоговой инспекции; такие процессы можно назвать функциональными), так и на обеспечение процесса оказания услуг (закупка продуктов для ресторана; эти процессы мы считаем возможным назвать обеспечивающими). При этом очевидно, что жесткую границу между функциональными и вспомогательными процессами провести невозможно, поскольку в ряде внутренних процессов сервисной организации будет присутствовать как функциональная, так и обеспечивающая составляющая.

Таким образом, представленная в табл. 1 структура затрат живого труда при осуществлении сервисной деятельности нуждается в доработке (см. рис. 3). Под внутренними процессами мы понимаем процессы взаимодействия внутри самой сервисной организации, а также процессы взаимодействия сервисной организации со всеми элементами ее микросреды (кроме клиентов), тогда как к внешним процессам мы относим взаимодействие сервисной организации с клиентами в ходе предоставления услуг.

На рис. 3 при помощи тонких стрелок отображается структура сервисной деятельности (т. е. то, из каких элементов она состоит), а большие стрелки показывают взаимосвязи между этими элементами. Как уже было сказано выше, граница между функциональным и обеспечивающим элементами внутренних процессов размыта. Аналогично, не всегда однозначно можно провести границу между транзакционной составляющей процесса предоставления услуги (т. е. элементом внешних процессов) и обеспечивающим элементом внутренних процессов. При этом очевидно, что выполнение всех базовых компонент

процессов, представленных на рис. 3 (функционального, обеспечивающего, транзакционного и сервисного) требует затрат труда (в случае функционального и обеспечивающего компонентов речь идет о затратах труда персонала сервисной организации, тогда как при выполнении транзакционного и сервисного компонентов, как было показано выше, возникают затраты труда сервисного персонала и клиента). Это означает, что можно говорить об автоматизации выполнения этих элементов внутренних и внешних процессов.

Иначе говоря, в качестве направлений внедрения автоматизации в деятельности сервисных организаций выступают:

1. Автоматизация выполнения функционального компонента внутренних процессов;
2. Автоматизация выполнения обеспечивающего компонента внутренних процессов;
3. Автоматизация выполнения транзакционного компонента внешних (сервисных) процессов;
4. Автоматизация выполнения сервисного компонента внешних (сервисных) процессов.

Автоматизация внутренних процессов в настоящее время приобрела широкую популярность, причем не только в сервисной деятельности. Речь идет о внедрении внутренних автоматизированных информационных систем (АИС), которые высвобождают работников от выполнения рутинных видов деятельности, повышают производительность их труда и позволяют сервисному предприятию сократить расходы на персонал и минимизировать риски негативного проявления человеческого фактора.

Сравнительная простота автоматизации внутренних процессов по сравнению с внешними объясняется тем, что они находятся либо под полным контролем самой организации (т. е. выполняются в полном объеме в пределах самой организации), либо в процесс их выполнения вовлечено ограниченное число участников, все из которых

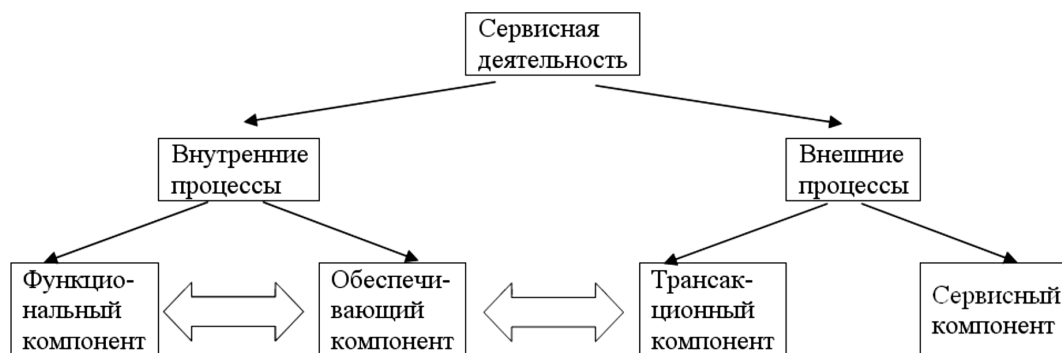


Рисунок 3. Структура процессов сервисной деятельности (составлено автором).

заинтересованы в регламентации выполнения этих процессов. Например, в рассмотренной выше ситуации взаимодействия сервисной организации с налоговой инспекцией, помимо самой организации в процессе взаимодействия участвует только одна структура – налоговая инспекция, процесс взаимодействия с которой строго регламентирован действующим законодательством. Благодаря этому внутренние процессы могут быть легко стандартизированы, процедуры их выполнения могут стать рутинными [29], что создает возможности по их автоматизации. Это подтверждается внедрением автоматизации в торговых организациях, в частности, в сфере взаимодействия с поставщиками [28].

Внедрение автоматизации во внутренних процессах, как правило, не имеет характер полного отказа от использования живого труда персонала. Речь обычно идет о том, что средства автоматизации повышают производительность труда персонала (как в количественном, так и в качественном аспектах).

Самым очевидным направлением автоматизации внутренних процессов являются те виды деятельности, которые имеют отчетливую информационную природу. Это, в первую очередь, функции учета и контроля.

Что касается автоматизации внешних процессов, то в работе [19] утверждается, что в первую очередь происходит автоматизация транзакционной составляющей,

поскольку, во-первых, ее достаточно легко стандартизировать, и, во-вторых, она не создает ценности для потребителя, а для сервисного оператора не является источником доходов – для обоих участников процесса оказания услуги транзакционный компонент выступает в качестве источника затрат, и поэтому естественно стремление этих участников к их минимизации (а автоматизация служит эффективным инструментом решения этой задачи).

Следует отметить еще один немаловажный момент – поскольку транзакционная составляющая тесно примыкает к обеспечивающему компоненту, автоматизированные процедуры ее выполнения проще всего интегрировать в единую АИС сервисного оператора (предназначенную для внутренних процессов). Неслучайно, например, АИС включает в качестве своего элемента CRM-систему – автоматизированную систему для управления отношениями с потребителем. Напротив, автоматизация выполнения сервисной составляющей происходит либо позднее, либо в меньшем объеме, так как именно в сервисной составляющей важно обеспечить соответствие характеристик услуги индивидуальным запросам потребителя, что достигается за счет использования "живого" персонала. Мы в целом согласны с этим выводом.

Достоинства и недостатки использования автоматизации в сервисной сфере представлены в табл. 2 (табл. 2 представляет собой частичный ответ на третий из поставленных вопросов; вторая часть ответа – анализ рис-

Таблица 2.

Достоинства и недостатки использования автоматизации в сервисной деятельности (составлено автором по материалам [19] и собственных разработок).

	Достоинства	Недостатки
Для клиента	<ul style="list-style-type: none"> - Гарантированное качество услуг; - Отсутствие затрат на "человеческое" взаимодействие с сервисным персоналом; - Снижение стоимости услуги (из-за сокращения затрат оператора); - Возможность круглосуточного получения услуги (без привязки к графику работы сервисного оператора) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ограничение возможностей выбора (современные технологии пока позволяют клиенту выбирать из ограниченного числа вариантов); - Сложность запоминания АИС сервисного оператора личных предпочтений клиента
Для сервисного оператора	<ul style="list-style-type: none"> - Снижение затрат на оплату труда персонала; - Повышение производительности труда персонала (за счет освобождения его от выполнения рутинных задач); - Стандартизация услуг; - Снижение затрат на контроль качества услуг [21]; - Возможность реинжиниринга бизнес-процессов предоставления услуги с целью повысить эффективность их выполнения [27] 	<ul style="list-style-type: none"> - Сложность удовлетворения клиентов с индивидуальными запросами (для чего приходится сохранять сервисный персонал); - Затраты на обучение клиентов новой модели получения услуги (и на стимулирование использования этой модели); - Спротивление клиентов новой модели предоставления услуги; - Риск того, что внедренная технология автоматизированного обслуживания будет отвечать не потребностям клиента, а собственным представлениям оператора о модели оказания услуги
Для общества	<p>Повышение качества жизни общества за счет расширения доступа к услугам гарантированного качества</p>	<p>Риски для социальной стабильности, вызванные высвобождением сервисного персонала</p>

ков и преимуществ внедрения дистанционного обслуживания – будет предложена ниже, после рассмотрения способов внедрения удаленного формата предоставления услуг).

Несколько комментариев по приведенным достоинствам и недостаткам автоматизации сервисной деятельности:

- ◆ Получение услуги связано с личным общением клиента и сервисного персонала. Даже при добросовестной, доброжелательной и квалифицированной работе сервисного персонала существует риск того, что стиль общения клиента и сотрудника не совпадет, клиенту будет психологически тяжело взаимодействовать с работником. Освобождение клиента от необходимости такого общения является важным плюсом, особенно для замкнутых, стеснительных, интровертных потребителей;

- ◆ Персонал способен запомнить личные предпочтения клиента (особенно для постоянных потребителей и при малом потоке клиентов). Это упрощает клиенту взаимодействие с персоналом и гарантирует получение услуг, наилучшим образом соответствующих его потребностям. Кроме того, это вносит во взаимодействие клиента и сотрудника личные нотки, имеющие для клиента важный положительный оттенок (клиент чувствует, что его помнят, к нему относятся не просто как к потребителю, и стремятся максимально полно удовлетворить его индивидуальные потребности). Возможности АИС по запоминанию предпочтений клиентов пока ограничены, и клиент получает услугу со стандартизированными характеристиками, что обезличивает процесс обслуживания и делает его менее приятным для клиента;

- ◆ Автоматизация услуг гарантирует их постоянное качество и позволяет снизить издержки на его контроль;

- ◆ Необходимость обеспечить удовлетворение потребностей клиентов с особыми запросами вынуждает предприятие сохранять сервисный персонал, что ведет к дублированию функций (впрочем, как правило, потребность в таком дублирующем персонале сравнительно невелика);

- ◆ Автоматизация процессов предоставления услуги требует их стандартизации, что, в свою очередь, предполагает их тщательный анализ. Таким образом, у сервисного оператора возникает возможность выявить недостатки выполнения соответствующих бизнес-процессов и устранить их путем реинжиниринга. Безусловно, такой реинжиниринг является побочным следствием решения об автоматизации бизнес-процессов, однако его проведение может заметно повысить эффективности их выполнения и увеличить полезный эффект, полученный от автоматизации;

- ◆ Необходимость наличия определенных навыков для получения услуги в автоматическом режиме требует от сервисного предприятия затрат ресурсов на привитие клиентам этих навыков, а также на преодоление сопротивления клиентов использованию внедренной сервис-

ной инновации. В течение периода освоения клиентской аудиторией этих навыков велики риски возникновения недовольства потребителей новой технологией предоставления услуги, что требует по отношению к клиентам особой внимательности со стороны сервисного оператора с целью сохранения у них готовности сотрудничать с данным провайдером несмотря на временные неудобства. При этом очевидно, что если затраты на преодоление сопротивления клиентов чрезмерно высоки, то от внедрения автоматизации следует (по крайней мере, временно) воздержаться;

- ◆ Сопротивление клиентов может быть вызвано не только тем, что им непривычно использовать автоматизированный терминал вместо взаимодействия с "живым" сотрудником, но также и тем, что автоматизация сокращает для них выбор вариантов получения услуги (т. е., фактически, снижает воспринимаемое качество услуг). Таким образом, перед внедрением технологий автоматизации необходимо тщательно проанализировать вероятную реакцию потребителей, и отказаться от автоматизации, если она повлечет за собой снижение качества обслуживания;

- ◆ Заметную опасность представляет возможность того, что при разработке автоматизированного формата предоставления услуги сервисный оператор будет отталкиваться не от удобства своих клиентов, а от собственного удобства. В этом случае качество выполняемых услуг снизится, а риск возникновения недовольства у клиентов возрастет.

Особо хотелось бы остановиться на социальных рисках, связанных с использованием автоматизации. Ее внедрение влечет за собой высвобождение персонала (как это произошло в промышленности), т. е. ведет к росту безработицы. Увольнение сотрудников промышленными предприятиями было компенсировано (по крайней мере, отчасти) увеличением числа занятых в сфере услуг, вызванным переходом к сервисной экономике [13]. В настоящее время возможностей такой компенсации нет, и высвобождение сотрудников из сферы услуг может создать значительные социальные риски [13].

Дистанционное предоставление услуг требует возможности обеспечить клиенту удаленный доступ к тем ресурсам сервисного оператора, на использовании которых основана предлагаемая услуга [16]. Как и в случае с автоматизацией, проще всего перевести в дистанционный формат транзакционный компонент сервисного продукта. Это связано с тем, что он преимущественно имеет информационную природу, т. е. для его выполнения нет необходимости в личном взаимодействии клиента и сервисного персонала – достаточно обмена информацией между ними по каналам связи. Примерами такого дистанционного выполнения транзакционной составляющей может быть бронирование столика в кафе или билета в кинотеатре. Интересно отметить, что удаленное выпол-

нение трансакционной компоненты имело место задолго до появления Интернета – как только появились каналы связи, обеспечивавшие быстрый обмен информацией, доступные по цене и массовые (телефон).

Осуществить перевод в дистанционный формат сервисной компоненты услуги зачастую оказывается невозможно, поскольку получение услуги требует непосредственного доступа клиента к ресурсам сервисного оператора. Полноценно перевести на выполнение в удаленном формате можно только те услуги, которые имеют информационную природу (образование, консалтинг, развлечения и т. д.) [15]. Чем выше в сервисном продукте доля информационной составляющей, тем легче перевести его в дистанционный формат. Возможности перевода на удаленное выполнение фактически ограничиваются только технологиями отправки, передачи, получения и обработки информации, причем основным ограничителем выступают технологии, используемые клиентом (очевидно, что сервисная организация обладает значительно большими ресурсами, чем клиент, и поэтому может передать ему практически любой объем информации, тогда как возможности клиента по сбору информации и получению информации от оператора могут быть ограничены). Развитие этих технологий делает возможным предоставление в дистанционном формате даже тех услуг, для которых ранее предполагался обязательный личный контакт между клиентом и сервисным персоналом.

Примером могут быть медицинские услуги: существующие технологии позволяют в непрерывном режиме собирать информацию о состоянии человека и передавать ее в медицинский центр.

Таким образом, практически для всех видов услуг в дистанционный формат возможен перевод трансакционной составляющей. Что же касается сервисного компонента, то его выполнение в удаленном режиме ограничивается способностью предприятия сферы услуг предоставлять своим клиентам дистанционный доступ к своим ресурсам.

Достоинства и недостатки внедрения дистанционных технологий для всех участников сервисной деятельности представлены в **табл. 3**.

Как показывает табл. 2, и автоматизация, и внедрение дистанционных технологий позволяет сервисному оператору снизить затраты (в случае автоматизации это достигается благодаря уменьшению затрат живого труда, а в случае дистанционного обслуживания – за счет отказа от затрат на открытие и функционирование полноценных сервисных точек). Это снижение затрат может быть (по крайней мере, частично) перенесено на потребителя, что, в свою очередь, снизит его издержки на получение услуги и повысит ее доступность.

Особо хотелось бы подчеркнуть такую проблему, как невозможность для клиента получить услугу при отсутствии доступа к каналам связи.

Безусловно, с одной стороны, использование дистанционного обслуживания позволяет получить доступ к сервису даже тем клиентам, которые проживают за пределами региона местонахождения сервисного оператора.

Но, с другой стороны, полный перевод в дистанцион-

Таблица 3.

Достоинства и недостатки внедрения дистанционного обслуживания (составлено автором по материалам [15] и собственных разработок).

	Достоинства	Недостатки
Для клиента	<ul style="list-style-type: none"> - Отсутствие необходимости посещать сервисную точку для получения услуги; - Снижение стоимости услуги (из-за снижения затрат оператора) 	<ul style="list-style-type: none"> - Обезличивание услуг за счет отсутствия взаимодействия с сервисным персоналом; - Невозможность получения услуги при отсутствии доступа к каналам связи
Для сервисного оператора	<ul style="list-style-type: none"> - Снижение затрат (из-за отсутствия необходимости открывать полноценную сервисную точку); - Рост клиентской аудитории 	<ul style="list-style-type: none"> - Качество получаемой услуги зависит от качества канала связи (т. е. от характеристики, находящейся вне контроля сервисного оператора); - Не все клиенты готовы перейти на дистанционный формат предоставления услуг, что требует от сервисного оператора сохранения традиционных сервисных точек - Риск хакерских атак
Для общества	<ul style="list-style-type: none"> Рост качества жизни за счет расширения доступа населения к качественным услугам 	<ul style="list-style-type: none"> - Нарастание зависимости от информационных технологий; - Ухудшение качества жизни клиентов со сложившимися потребительскими привычками

ный формат отсекает от получения услуги тех потребителей, чьи привычки предполагают очное предоставление услуги. И если при внедрении автоматизации сопротивление клиентов можно преодолеть путем обучения (зачастую автоматизированные терминалы самообслуживания находятся непосредственно в помещении оператора), то при дистанционном оказании услуг этого зачастую недостаточно. Дело в том, что клиент должен оплатить доступ к каналу связи, приобрести устройство, необходимое для такого доступа, и научиться им пользоваться, что для клиентов со сложившимися потребительскими привычками (например, для стариков) может быть непросто (а также нецелесообразно с финансовой точки зрения – если все эти технологии будут использоваться только для получения соответствующей услуги и окажутся невостребованными в повседневной жизни клиента).

Для предупреждения этого риска компании необходимо сохранять возможность получения услуги в традиционном очном формате. Это позволит клиенту сформировать оптимальный для себя индивидуальный формат получения услуги, что соответствует современной тенденции к мультиканальности продаж [6, 17].

Мы можем сформулировать следующие выводы:

- ◆ Целью внедрения ИКТ в сервисной деятельности является автоматизация процесса предоставления услуг и организация дистанционного обслуживания;
- ◆ Автоматизация в сфере услуг может охватывать

как внутренние, так и внешние (связанные с предоставлением услуги) процессы. Что касается внешних процессов, то проще всего автоматизировать транзакционную компоненту (из-за ее стандартизации и малой ценности для потребителя), тогда как потенциал автоматизации собственно сервисной составляющей ограничен (живой труд при ее выполнении необходим для обеспечения соответствия характеристик услуги индивидуальным запросам клиента);

- ◆ Для перехода к дистанционной модели оказания услуг необходимо перевести услугу в информационный формат. Проще всего это сделать для транзакционной составляющей услуги. Полностью перевести на дистанционный формат можно те услуги, которые имеют информационную природу (образовательные, консалтинговые и т. д.). Однако развитие технологий позволяет перевести в информационный формат ряд услуг, для предоставления которых ранее требовался личный контакт клиента и сервисного персонала;

- ◆ Как автоматизация, так и дистанционное обслуживание сопряжены с рядом достоинств и недостатков не только для сервисного оператора и клиента, но и для общества. При внедрении информационно-компьютерных технологий для взаимодействия с клиентами сервисному оператору необходимо тщательно взвешивать преимущества и риски такого мероприятия. В частности, полный перевод процесса оказания услуги в дистанционный формат может отсечь от ее получения консервативных потребителей, что может повлечь за собой нежелательные социальные эффекты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агафонова А. Н. Актуальные аспекты информатизации современной коммерции // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2013. – № 3. – С. 5–9.
2. Агафонова А. Н. К вопросу о сущности электронных услуг // Глобальный научный потенциал. – 2014. – № 9. – С. 55–59.
3. Аксютин Е. А., Кроливецкий Э. Н. Инновационно-информационное обеспечение социально-экономического развития сферы услуг // Журнал правовых и экономических исследований. – 2014. – № 3. – С. 152–155.
4. Анисимов Д. Г. Механизмы повышения качества услуг // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. – № 2 (92). – С. 67–71.
5. Бахарев В. В. Обеспечение конкурентоспособности фитнес-центров // Экономика и менеджмент систем управления. – 2014. – Т. 1. – № 1. – С. 10–15.
6. Бахарев В. В. Направления развития электронной коммерции // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2014. – № 12. – С. 51–54.
7. Васенин А. С., Шумков А. Г. Роботизация поста мойки автомобилей // Молодой ученый. – 2016. – № 1. – С. 136–138.
8. Вертакова Ю.В., Клевцова М.Г., Положенцева Ю.С., Некипелова А.С. Дифференциация регионов в соответствии с фазами развития: модифицированная методика оценки структурного цикла // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. – № 3 (93). – С. 15–19.
9. Волкова А.А., Горшкова Н.М. Особенности функционирования компаний сферы услуг: роль стратегического планирования при организации развития предприятия сферы услуг // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2015. – № 1 (23). – С. 80–83.
10. Волкова А.А., Плотников В.А. К вопросу о стратегии развития региональных компаний (на примере предприятий сферы услуг) // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2014. – № 4 (55). – С. 38–43.
11. Зобнин Ю. А., Линг В. В. Проблемы и факторы процессов автоматизации российского здравоохранения // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 12–4. – С. 891–894.
12. Ильина О. В., Смирнов А. Б. Современные условия реализации бизнес-процессов в сфере торговли // В мире научных открытий. – 2015. – № 5. – С. 19–33.

13. Коллинз Р. Средний класс без работы: выходы закрываются // Есть ли будущее у капитализма. Сб. статей. М.: Изд-во Института Гайдара, 2015. – С. 61–112.
14. Котляров И. Д. Эволюция форм торговли: от традиционной к электронной // Экономический журнал. – 2011. – Т. 23. – № 3. – С. 54–69.
15. Котляров И. Д. Формы ведения предпринимательской деятельности в виртуальном пространстве: попытка классификации // Экономическая наука современной России. – 2011. – № 2. – С. 89–100.
16. Котляров И. Д. Сущность услуги как экономического блага // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2012. – № 3. – С. 79–86.
17. Котляров И. Д. Тенденции эволюции электронной коммерции // Интернет-маркетинг. – 2012. – № 4. – С. 252–258.
18. Котляров И. Д. Комплекс интернет-маркетинга: новый подход // Интернет-маркетинг. – 2015. – № 6. – С. 338–343.
19. Котляров И. Д. Автоматизация и самообслуживание в сфере услуг: попытка анализа // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2016. – № 4. – С. 32–36.
20. Красюк И., Оплеснина Е. Организация принципов торгового обслуживания, торгового сервиса в торгово-технологической системе розничной торговли // Предпринимательство. – 2014. – № 1. – С. 113–123.
21. Курочкина А. Ю. Управление качеством в организациях сферы услуг : учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 200 с.
22. Миронова Л. И., Литовских О. М. Автоматизация доставки блюд и напитков в заведениях общественного питания // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. – 2016. – Т. 15. – № 1. – С. 79–96.
23. Никулина О. В., Бугаева С. И. Внедрение инновационных технологий в деятельность международных торговых компаний // Практический маркетинг. – 2016. – № 1. – С. 19–24.
24. Оразгельдыева Д. Б. Алгоритм оценки и анализа кредитоспособности клиента в системе дистанционного банковского обслуживания // Программные продукты, системы и алгоритмы. – 2015. – № 4. – С. 2.
25. Плотников В. А. Выбор модели экономического развития Российской Федерации: патернализм или либерализм // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2006. – № 1. – С. 147–150.
26. Плотников В. А., Койда С.П. Информационная инфраструктура и ее роль в обеспечении инновационного развития бизнеса // Экономика и управление. – 2014. – № 1 (99). – С. 30–35.
27. Смирнов А. Б. Инвестирование капитала в бизнес-процессы розничного торгового предприятия // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2013. – № 12. – С. 42–44.
28. Суровцева О. А., Федорова Н. Ю. Автоматизация процесса работы с поставщиками на аптечных предприятиях // Символ науки. – 2016. – № 1–2. – С. 99–101.
29. Чулков Д. Н. Виды шаблонов бизнес-процессов: уточненная классификация и рекомендации по применению // Экономика и менеджмент систем управления. – 2015. – Т. 17. – № 3.2. – С. 283–291.

© И.Е. Шайдаков, (ivesep@ivesep.spb.ru), Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»,

