

## Лекція 7

# ТЕМА: ОСНОВНІ МЕТОДИ НАДАННЯ ПОСЛУГ І ФОРМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ



# ПЛАН:

---

- 1. Основні методи надання послуг**
- 2. Форми обслуговування**

# ***ЛІТЕРАТУРА:***

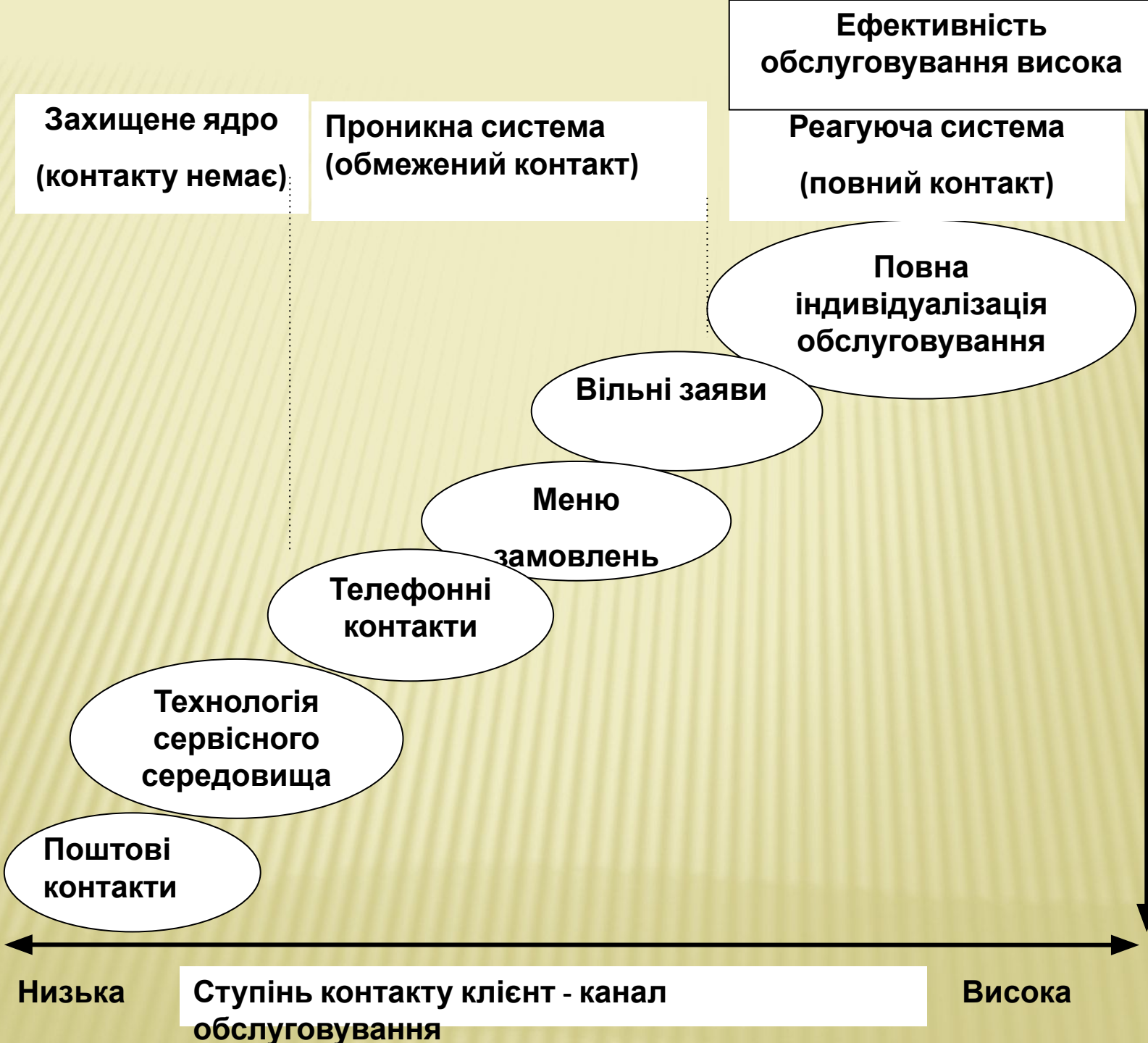
---

- Аванесова, Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учебное пособие / Г.А. Аванесова. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 320 с.
- Карнаухова, В.К. Сервисная деятельность: учебное пособие / В.К. Карнаухова, Т.А. Краковская - М.: ИКЦ МарТ; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. – 256 с.
- Лойко О.Т. Сервисная деятельность: учеб.пособие для вузов / О.Т.Лойко. – Издательский центр «Академия», 2008. – 304 с.

# 1. ОСНОВНІ МЕТОДИ НАДАННЯ ПОСЛУГ

- *Метод обслуговування споживачів* - це спосіб надання послуг.
- Основою вибору форми організації сервісу є сервіс - системна матриця, в якій по осі абсцис відкладена ступінь контакту в каналі обслуговування, а по осі ординат - форма організації сервісу .





За ступенем контакту клієнт - канал обслуговування виділяють системи:

- 1) захищене ядро, тобто система передбачає відділення процесу обслуговування від клієнта;
- 2) проникна система, в яку клієнт може проникнути, зателефонувавши за телефоном або за допомогою особистого контакту;
- 3) реагує система, яка характеризується присутністю клієнта та негайної реакцією на його потреби.



*При всьому різноманітті послуг, що надаються існує три основних методи надання послуг:*

- 1) метод потокової лінії;
- 2) метод самообслуговування;
- 3) метод індивідуального підходу.



- Історично методи надання послуг виникли як стратегії взаємодії з клієнтами різних рівнів матеріального добробуту: індивідуально-орієнтований сервіс - як елітна модель сервісу. Різновид індивідуального підходу (в торгівлі) - «сервіс прилавка», призначений для середнього класу, а метод самообслуговування - як сервіс малозабезпечених споживачів, які купують товар в дешевих магазинах самообслуговування без будь-якого уваги з боку персоналу

Метод потокової лінії вперше застосований компанією McDonald's. Процес швидкого ресторанного обслуговування представляється з відповідністю з цим методом не як процес надання послуги, а як виробничий процес. Це є дуже важливим моментом. Як на виробничому підприємстві, так і в ресторанах цієї фірми існує орієнтація на ефективний результат, а не на обслуговування відвідувачів (підпорядкування обслуговується обслуговуючому).







# McDonald's

Головна мета роботи полягає у швидкому обслуговуванні однорідним високоякісним асортиментом готових страв в обстановці незмінною чистоти, порядку та ввічливості персоналу. Однак співробітники не наділені широкими повноваженнями.



Системне заміщення людей машинами в поєднанні з новими технологіями дозволяє компанії залучати і зберігати клієнтуру в розмірах, які не міг добитися ніхто з попередників в цьому бізнесі і поки що не зумів ніхто з послідовників.

Метод потокової лінії передбачає розгляд виробництва послуг як рутинного процесу з високим ступенем стандартизації. У цьому випадку послуги у меншій мірі гетерогенні і більше стандартизовані, надання послуг не вимагає спеціальних комунікативних навичок працівників.

#### *Принципи індустріалізації послуги:*

- Відокремити споживача від процесу як можна далі і застосувати індустріальні технологічні методи в тій частині, в якій не бере участь покупець.
- Якщо присутність покупця неминуче, використовувати його як робочу силу.
- Підвищити гнучкість кадрового забезпечення, щоб можливості відповідали попиту

Метод самообслуговування є повною протилежністю методу потокової лінії і передбачає збільшення ролі клієнта в процесі обслуговування. Такий тип обслуговування відноситься до технології сервісної середовища. Використання заправних автоматів на станціях самообслуговування, автоматів для продажу продуктів харчування, кавоварок, встановлених в номерах мотелів, є прикладами того, як процедура обслуговування перекладається на клієнта.



- Багатьом клієнтам подобається метод самообслуговування, оскільки він дозволяє контролювати і стежити за ходом сервісного процесу, який стає доступним 24 години на добу і сім днів на тиждень. Намагаючись підвищити продуктивність і знизити фактори, що негативно впливають на якість послуги, деякі компанії починають використовувати досягнення нових технологій з тим, щоб звести до мінімуму і навіть виключити контакти між клієнтом та обслуговуючим персоналом.
- По суті, такий підхід частково перетворює клієнта в службовця, який повинен бути підготовлений до виконання тієї чи іншої операції і навіть виправити при необхідності виникли помилки. Як правило, перевагою такого методу є цінові вигоди. Досвід показав, що в результаті зниження цін на автозаправних станціях самообслуговування при одночасному підвищенні цін на звичайних станціях, обсяг продажів за методом самообслуговування виростає на 10-20%.

Таке обладнання, як автоматичні паливні насоси, банкомати, автомати для продажу продуктів харчування та напоїв, легко встановити в багатьох місцях і воно доступне 24 години на добу і сім днів на тиждень. У кафе самообслуговування відвідувач, перед тим як вибрати, може побачити готову страву. При відвідуванні музею без екскурсорода людина може милуватися експозиціями, які йому подобаються найбільше, скільки йому заманеться.



Ми живемо в світі вільного вибору, тому споживач повинен вміти орієнтуватися в товарах і послугах, «зчитувати інформацію» про пропонований продукт і послуги. Зарубіжні фахівці рекомендують керуватися при цьому правилом AIDMA: «увага - інтерес - бажання - мотив - дія - завершення - сервіс». Для товару, щоб його придбали, важливе місце займає упаковка, а для послуги - інформаційні рекламні матеріали. Відзначимо також, що упаковка для товару виконує дві важливі функції: привертає саме до цього продукту і чітко і доступно пояснює спосіб його застосування, щоб спонукати споживача зробити покупку. Те ж можна віднести до реклами послуг.



- Однак стратегія заміщення обслуговуючого персоналу новими технологіями самообслуговування може викликати замішання і невдоволення клієнтів. Тому введення її має супроводжуватися широкомасштабною кампанією, роз'яснює клієнтам вигоди та переваги нового методу, введенням, наприклад, безкоштовних телефонних ліній, які зв'язують клієнтів зі співробітниками компанії, здатних відповісти на питання і допомогти вирішити проблему.
- Суть методу індивідуального підходу полягає в налагодженні тісного взаємозв'язку між продавцем і клієнтом, при цьому продавець вміє розпізнавати потреби клієнта і забезпечує клієнта товарами та послуги відповідно до потреб, відсуває особисті бажання на другий план, коли вони не збігаються з інтересами клієнта



Так, наприклад, готельна мережа Canadian Pacific Hotels, бажаючи домогтися більшої прихильності до своєї марки бізнес - клієнтів, склала детальну структурну схему перебування споживачів у готелі, починаючи з того моменту, як вони прибувають до її входу і закінчуючи отриманням ключів від автомобілів у службовця після виписки.

Індивідуальний підхід може бути поширений в готелях і магазинах. Така система передбачає підгонку по фігурі костюмів у відділах готового одягу, політику повернення товару. У дорогих магазинах і готелях є база даних про клієнтів, їхні вподобання та вподобання.



Первісною реакцією з боку компаній на кращу відповідність потребам покупців стало сегментування ринків і створення відмінних рис своїх товарів для окремих груп покупців. Щоб задовольнити різноманітні запити клієнтів, компанії почали випускати на ринок розширені товарні лінії і розробляти торгові марки.





До кінця 20 століття інформаційна революція почала пропонувати нову альтернативу: замість сегментування масову кастомізацію (customization) - виготовлення на замовлення, "настроювання" асортименту під окремого клієнта. У рамках цієї нової парадигми почалася інтеграція, здавалося б, несумісних речей - продуктивності і швидкості масового виробництва з пильною увагою до конкретного клієнта, його особливостям. Така технологія дозволяє клієнту брати участь у моделюванні під свої вимоги продукції і послуг. Клієнт фактично "орендує" виробництво, логістику та інші ресурси підприємства.

Як приклад можна навести компанії, що дозволяють клієнтам самотійно проектувати сад на власному комп'ютері. Покупець може спробувати різні варіанти компоновки з більш ніж 16 тисяч зразків, а потім розмістити замовлення простим клацанням миші. При цьому компанії самі часто не володіють жодною розплідником і жодним транспортним засобом, вони тільки координують поставки товарів від більш 50 постачальників, забезпечуючи зручну доставку.





За допомогою сучасних комунікаційних технологій і гнучких виробничих систем товари та послуги можуть бути адаптовані до потреб індивідуальних споживачів - робитися на замовлення. Сьогодні компанії мають можливість накопичувати всю отриману від споживачів інформацію через особисті, письмові, телефонні та електронні канали зв'язку.

Створюючи бази даних, вони вивчають поведінку споживачів і переваги клієнтів, здійснюють прямі комунікації з ними. Прямий маркетинг, або, як його ще прийнято називати, маркетинг "один на один", створює можливості для персоналізації спілкування, дозволяючи тим самим точно з'ясувати, чого хоче споживач.

- *Персоналізація* - процес, при якому кожний із клієнтів оцінюється як унікальна одиниця і обслуговується відповідно до цього постулату. Індивідуальна турбота про клієнта - це необхідність пам'ятати про кожного клієнта і здійснювати індивідуальний підхід до нього. Головний адміністратор одного з провідних інтернет-магазинів дуже яскраво висловив цю думку: "Маючи 20 мільйонів покупців, ми повинні мати 20 мільйонів магазинів для них". В умовах сучасних технологій завдання автоматизації процесу персоналізації виглядає цілком здійсненою.
- Персоналізація має на увазі, що обсяг послуг та пропозицій клієнта повинен будуватися на вивченні його переваг і поведінки, з урахуванням національних, регіональних, етнічних особливостей. Створення та підтримка у клієнта почуття прихильності обраної торгової марки досягається шляхом особистісних взаємин.
- Незалежно від того, який з методів обраний компанією для її сервісної системи, вона повинна відповідати характеристикам правильно спроектованої сервісної системи.

## 2. ФОРМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

- Під формою обслуговування розуміється певний спосіб надання послуг, що складається з набору конкретних сервісних операцій. У рамках однієї і тієї ж різновиди послуг можуть бути задіяні різні форми обслуговування.
- У різних сегментах і напрямках сервісної діяльності формуються свої традиційні форми обслуговування. Разом з тим стрімке розвитку сервісу всюди стимулює впровадження нових форм і типів обслуговування. Так, наприклад, в пунктах громадського харчування при готелях традиційно прагнули зробити їжу для клієнтів різноманітною, наближеною до домашньої кухні. У буфетах і ресторанах готелів усього світу широко поширене обслуговування клієнтів у всіх номерах, а також у буфетах за принципом «шведського столу», коли гості можуть, вільно обходячи стіл, пробувати відразу багато страв.

Проведення в ресторані святкових вечорів, сімейних торжеств і т.п. передбачає інший порядок обслуговування. У цьому випадку персонал, перш за все, прагне підтримати атмосферу святкової неповторності, виконуючи будь-які побажання учасників застіль. Інші технологічні прийоми використовуються в процесі обслуговування таких заходів, як офіційні банкети або обслуговування учасників з'їздів, конгресів, нарад, - тут більше уваги може бути приділено масовим формам, швидкості обслуговування.



*Сучасні форми обслуговування, що використовуються в торгівлі, побутовому обслуговуванні та фінансовому сервісі також різноманітні:*

- Абонементне обслуговування пов'язане з укладенням між виробником і споживачем договору, згідно з яким споживачеві за умови внесення систематичної невеликої плати надається право на оперативне обслуговування, проведення планових профілактичних процедур і т.п. Дана форма обслуговування широко застосовується при ремонті побутової техніки, в послугах банно-пральних підприємств, перукарень та ін

- Безконтактне обслуговування передбачає наступні операції: підприємство сервісу встановлює у під'їздах будинків або гуртожитків контейнери-накопичувачі. Замовники складають у контейнер білизну для прання або одяг для хімчистки разом із заповненою квитанцією. Чиста білизна або одяг доставляється на будинок замовнику в обумовлений час і стягується плата за послугу.



- Обслуговування на дому широко застосовується при ремонті великогабаритної техніки (пральні машини, телевізори, холодильники, велика меблі та ін.) За певною адресою можуть також привозити замовлені страви підприємства харчування (ресторани, кафе). На дому можуть обслуговувати своїх клієнтів юристи, лікарі та ін Здійснюється така послуга після замовлення споживача в заздалегідь обговорене час. Плата стягується після надання послуги.
- Обслуговування з використанням обмінних фондів товарів засновано на терміновому обміні несправного побутового приладу на аналогічний відремонтований прилад з оплатою вартості ремонту. Ця форма обслуговування застосовується при ремонті годин, електробритв, пилососів, пральних машин, холодильників та ін
- Прийом замовлень за місцем роботи полягає в тому, що на тому чи іншому підприємстві фірма побутового обслуговування організує прийом замовлень на деякі види послуг - хімчистку, прання, ремонт побутових приладів, взуття і т.п. Туди ж привозять відремонтовані і чисті вироби

- Виїзне обслуговування полягає в тому, що виїзні бригади підприємства сервісу здійснюють послуги за місцем проживання або роботи. Дана форма обслуговування широко застосовується для надання послуг населенню в сільській місцевості.
- Комбінована (комплексна форма обслуговування полягає в пропозиції максимальної кількості послуг на одному місці при забезпеченні мінімального витрати часу споживачів

Насправді форм обслуговування існує набагато більше. При цьому в кожному напрямку і сегменті сервісної діяльності вони варіюються і часом неповторні. Практика сервісу постійно примножує ці форми, що викликано не тільки конкуренцією, але і необхідністю задовольняти все більш множино споживчі запити.



*Крім того, виділимо існуючі форми обслуговування технічного обладнання, які можна умовно розділити на наступні три категорії:*

- Віддалена підтримка
- Технічна підтримка обладнання з безпосереднім виїздом до замовника
- Технічна підтримка обладнання в лабораторних умовах

Дистанційна підтримка. Дана форма обслуговування передбачає обслуговування замовника без виїзду до нього, оскільки ряд питань з діагностики, конфігурування, аналізу може бути вирішене віддалено: технічні фахівці компанії за допомогою віддаленого доступу підключаються до обладнання клієнта і здійснюють тестування, діагностику, усунення неполадок, що дозволяє часто істотно скоротити терміни рішення, а також знизити витрати і зменшити ризики. Запит на технічну підтримку може бути виконаний по телефону, факсом або електронною поштою. Часто взаємодія здійснюється тільки з авторизованими контактними особами замовника (з метою забезпечення безпеки). Відповідь може бути направлений замовнику за обраним ним каналу.

Замовник може отримати будь-які консультації та інструкції з різних технічних питань, що стосуються сервісного устаткування, а також отримати детальні рекомендації з перезапуску систем, інструкції про порядок ліквідації деяких некритичних несправностей. Наприклад, інженер сервісного центру Xerox забезпечений ноутбуком, в який завантажені системи з електронною документацією, системи діагностики та Eureka - «всесвітня база знань по сервісу устаткування Xerox». Eureka в режимі on-line через Інтернет постійно поповнюється інформацією про нововведення, нові продукти, технологічних методах рішення і приватних проблемах. Вона дає унікальну можливість використовувати знання, отримані, наприклад, у Бразилії, для вирішення проблем в Україні

Технічна підтримка обладнання з безпосереднім виїздом до замовника технічних фахівців компанії здійснюється в тому випадку, коли неможливо вирішити проблему іншими способами. Дана форма обслуговування може включати в себе усунення проблем функціонування обладнання, в тому числі і заміну вийшов з ладу обладнання безпосередньо у замовника.

Технічна підтримка обладнання в лабораторних умовах передбачає лабораторні дослідження, нові розробки відповідно до конкретних вимог замовника, усунення несправностей, різного роду тестування обладнання.



Дякую за

увагу 😊

---