

каждому пассажиру...

перспективы формирования и развития рынка персонифицированных услуг в России

Под рынком персонифицированных услуг (РПУ) понимается социально-экономический институт, ориентированный на всенародное потребление лично значимых услуг, а также удовлетворение каждого отдельно взятого индивида в соответствии с его субъективным пониманием полезности и других качественных характеристик получаемой услуги. При этом потребитель услуг этих отраслей существенно отличается от потребителя товаров или услуг бытового назначения.

Среднестатистические оценки качества предоставляемых персонифицированных услуг не могут сегодня быть признанными удовлетворительными. Структура РПУ включает в себя медицинские, образовательные услуги, услуги жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ), а также индивидуальное банковское обслуживание, личное страхование, VIP-обслуживание в телекоммуникационных компаниях, доставку продуктов питания и прочее. Рассмотрение РПУ как объекта управления предполагает решение следующих актуальных задач:

- концептуализацию развития РПУ (системный анализ рынка; формулировку целей и задач исследования; определение границ инновационного развития, его структуры и функций; обобщение сделанного в форме концептуальной модели и стратегии инновационного развития);
- формализацию возможностей развития РПУ (запись полученной концептуальной модели в виде системы математических или иных формальных соотношений; решение задач идентификации возможностей развития; программную реализацию формальной модели и стратегии инновационного развития);
- работу с формальной моделью и стратегией инновационного развития РПУ (аналитическое ис-

Зельцер И.М.

*канд. техн. наук,
ректор
Новосибирского
филиала
Государственной
академии
специалистов
инвестиционной
сферы*

следование; машинные имитационные эксперименты; интерпретацию результатов и их использование).

Для рассмотрения РПУ как объекта управления необходимо, в первую очередь, провести его *системный анализ*, в ходе которого формулируются цели и задачи и определяются возможности исследования, что позволяет уяснить масштабы изучаемой проблемы, а также осуществляется первоначальное знакомство со структурой и функционированием данного рынка.

Полученные на этом этапе знания систематизируются в виде концептуальной модели, построение которой и стратегии инновационного развития РПУ требует принятия ряда предположений, отражающих представление исследователя о данном рынке как объекте управления. Назовем их *содержательными гипотезами*.

Содержательные гипотезы обладают различной степенью достоверности, зависящей от уровня знаний о РПУ как объекте управления. Концептуальная модель и стратегия инновационного развития РПУ основывается на следующих содержательных гипотезах:

1. Формирование конечной персонифицированной услуги определяется величинами основных производственных фондов и трудовых ресурсов.
2. Величина удельного потребления персонифицированной услуги увеличивается при росте общей величины потребления и уменьшается при росте трудовых ресурсов и т. д.

На последующих этапах рассмотрения РПУ как объекта управления содержательные гипотезы детализируются и проверяются аналитически с помощью имитации и экспертных оценок. При этом для эффективного управления РПУ необходимо рассмотреть отношения между субъектами производящими и потребляющими персонифицированные услуги.

Во-первых, услуги осуществляются в режиме прямого контакта. Следовательно, их полезность определяется субъектными отношениями поставщика и потребителя услуги (очень часто для больного пенсионера наиболее полезной кажется услуга, оказанная сочувствующим, сопереживающим, «говорливым» врачом, чем «неразговорчивым» про-

содержательные гипотезы обладают различной степенью достоверности, зависящей от уровня знаний о рынке персонифицированных услуг как объекте управления

**услуги
осуществляются
в режиме прямого
контакта...**

фессионалом).

Во-вторых, длительность оказания услуги может существенно изменяться в силу личностных факторов потребителя. Однако время производителя услуги как производственный фактор ограничено нормами и планами, регламентом и т.д.

Как экономическая категория «услуга» характеризуется «нетоварностью», субъективизмом сторон в оценке качества, подменой потребителем «истинных» ценностей предоставленной производителем услуги на более приятные, но менее эффективные услуги других поставщиков, неисполнением потребителем части обязательных рекомендаций по реализации предоставленной услуги, что, возможно, приведет к худшим результатам, чем предполагалось. При этом ответственность за «низкое качество» услуги переносится на поставщика.

В то же время учреждения, предоставляющие комплекс персонифицированных услуг, должны в полной мере осуществлять хозяйственную функцию, направленную на содержание и расширение своего производства. Поэтому при управлении этими учреждениями применяются традиционные методы оценки их эффективности, а оценка качества обслуживания осуществляется с использованием нормативного подхода. Противоречие между необходимостью повышения качества реализации лично ориентированных услуг для каждого индивида и повышением эффективности управления РПУ в целом существенно затрудняет развитие данного рынка.

Характеристика РПУ возможна на основе комплексной оценки трех его ключевых составляющих – рынка образовательных услуг, рынка медицинских услуг и рынка жилищно-коммунальных услуг. При этом изучение каждого из рынков необходимо проводить с учетом определения основных направлений инновационного развития РПУ, характерных для каждого из его сегментов. Учет данных особенностей развития рынка позволяет классифицировать основные параметры и направления развития его сегментов, повышая качество предоставления персонифицированных услуг.

pn