

Н. А. Стёпина  
ЭКСПЛИКАЦИЯ ПОНЯТИЙ «УСЛУГА», «ОБСЛУЖИВАНИЕ»,  
«СЕРВИС»

Социально-культурные изменения, происходящие в современном обществе, сформировали новый тип массового потребителя, имеющего высокий уровень образования, высокую требовательность к комфорту и качеству услуг, информированность. Наш современник - это личность, активно расширяющая свой кругозор, свои знания и умения.

Современный информационно-библиотечный рынок использует важнейший экономический ресурс - информацию. Информация участвует в экономических отношениях и как ресурс, и как товар, является специфическим экономическим благом, продуктом, произведенным для обмена.

Широта предметного поля, в котором дискутируется наполнение понятия «услуга», аргументирует ее междисциплинарную сущность. Среди многообразных воззрений ученых в общей теории услуг остановимся на двух направлениях: экономическом и рыночном (маркетинговом).

Современные экономисты определяют услугу как специфические экономические отношения по поводу общественного обмена труда. Так, Л.Ш. Лозовский, Б.А. Райзберг, А.А. Ратковский определяют услуги как виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый ранее не существовавший материально-вещественный продукт, не изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в вещественной форме, а в форме деятельности. Таким образом, само оказание услуг создает желаемый результат [6, с. 72].

Схожую точку зрения вырабатывает Е.Г. Пипко в исследовании, в котором сущность услуги анализируется как экономическая категория. Автор высказывает две точки зрения: услуга как деятельность и как полезный эффект от деятельности. Так, по мнению ученого, услуга, по сущности, может уточняться как продукт труда, деятельность или благо и выражаться в нематериальной форме, полезном эффекте, удовлетворении потребности. Она считает, что услуга представляет собой экономическое благо в нематериальной

форме, объединяющей деятельность и полезного эффекта от этой деятельности [8, с. 20].

Маркетинговые аспекты исследований представлены в трудах В.В. Прищепенко как согласованный процесс взаимодействия двух и более субъектов рынка, определяя возможность обмена, объясняя рыночную сущность услуг, ее нематериальный характер, невозможность владения [9, с. 19].

Следует отметить, что к основным характеристикам услуг относятся неосвязаемость, неотделимость от субъекта, предоставляющего услугу, непостоянство качества, несохраняемость. Экономический подход к деятельности библиотек объясняется использованием в процессе практической деятельности, как и любого общественного производства, различных видов хозяйственных ресурсов: материальных, трудовых, финансовых, то есть производственных затрат. Следовательно, произведенный библиотечный продукт обладает стоимостью и потребительской стоимостью.

В отечественной библиотековедческой литературе понятие «услуга» характеризуется как конкретный результат библиотечного обслуживания, удовлетворяющий определенную потребность пользователя библиотеки: выдачу и абонирование документов, предоставление информации о новых поступлениях, справки, выставки, консультации [3].

Содержательную интерпретацию термина «услуга» рассматривала М.Я. Дворкина и оценивала ее как деятельность библиотекаря, направленную на удовлетворение потребности пользователя и получившую его признание. Достигнутые положительные конечные результаты свидетельствуют об оказании библиотечной услуги [4, с. 41].

Довольно часто в профессиональной литературе термин «услуга» связывают с понятием «обслуживание». Традиционно определяют обслуживание как открытую, многоуровневую систему библиотеки по предоставлению информационных услуг, ориентированную на пользователя.

Д.М. Цукерблат трактует «библиотечную услугу» как собственно процесс библиотечного обслуживания, так и его конечный результат- приобретение

потребителем комплекса знаний, умений, навыков, а также мировоззренческих и поведенческих качеств [10, с. 85].

Мы разделяем с данным автором изложенную позицию и понимаем услугу как единство процесса и продукта труда. Основное содержание библиотечной услуги заключено в процессе сотрудничества библиотекаря и потребителя, направлено на формирование новых знаний, умений. Взаимодействие сторон происходит в форме деятельности, где оценивается ее полезное влияние, которое она оказывает на потребителя.

Применяя основной принцип маркетинга: все услуги предназначаются для пользователей, констатируем, что социокультурной сущностью библиотечной услуги является обеспечение доступа потребителя к общественным благам: достижениям культуры, знаниям. Будучи социальным механизмом доступа, библиотечная услуга одновременно служит механизмом культурной трансляции. Вместе с тем у услуг есть и экономическая сторона - они имеют стоимость [4, с. 22].

Взаимодействие производителя и потребителя услуг происходит в процессе обслуживания. Рассмотрим обслуживание как часть технологического процесса исполнения услуг. Так, Л.А. Кожевникова замечает, что процесс обслуживания не всегда приводит к удовлетворению читателя. Если читатель удовлетворен предложенной книгой и формами обслуживания, можно считать, что библиотечная услуга оказана. Она же акцентирует внимание на том, что удовлетворенность возникает от чтения, а не от процесса предоставления услуги [5, с. 26].

Исходя из вышесказанного, выскажем предположение, что термин «услуга» содержательнее понятия «обслуживание», но также и более односторонен: исключая практическую деятельность библиотекаря, пользователь не признает и не оценивает ее.

Характеризуя обслуживание как процесс оказания услуги и организацию взаимодействия сторон, будем считать обслуживание элементом сервисной деятельности. Исходя из сущностных характеристик услуг, признаем, что она является базисом возникновения сервисных отношений.

Отметим, что сервис существует как важный признак развития качества жизни. Сервисная деятельность библиотек, ранее направленная на комфортность пребывания и не имеющая вещественной формы (услуги) успешно материализуется в библиотечной продукции.

В библиотечной сфере продуктом принято считать то, что материализовано в конкретном результате библиотечной деятельности, нематериализованные результаты относятся к услугам.

Выход библиотек в виртуальную среду повлек модернизацию существующих и освоение новых форм и методов обслуживания. Памятуя о том, как важно не допустить разрыва между предлагаемыми услугами и общественными требованиями предоставления открытого и равного доступа к информации всем пользователям, и строится библиотечно-информационное обслуживание. Сервисная деятельность направлена на комфортность и доступность услуг, с учетом индивидуальных пожеланий для максимально большого круга пользователей. Сотрудники библиотеки тестируют новые информационные продукты, играя роль независимых экспертов, консультантов. Ведется активная работа по донесению информации о комфортности услуг и значимости их для читателей.

Перспективным направлением библиотечно-информационного обслуживания можно считать использование сервисов: социальных закладок, социальных сетей, вики-технологий. Общение с молодежью в интернет-пространстве в диалоговом режиме расширило круг наших пользователей.

Преимуществом библиотеки является совмещение доступа как к традиционным, так и к электронным документам, а также предоставление возможности работы в различных текстовых редакторах, индексирования документов для научной работы, распечатка, брошюрование научных работ, создание презентаций, буктрейлеров. Пользователь имеет возможность выбора: непосредственно присутствовать в библиотеке или воспользоваться удаленным доступом к ресурсам и сервисам библиотеки, других организаций.

Обозначим, что в процессе создания информационных товаров основным средством производства выступает интеллект, характеризующийся как способность создавать новые знания.

Сервисная направленность деятельности библиотек рассматривается в диссертационном исследовании В.И. Брежневой. Затрагивая тему сервисной деятельности, автор связывает ее с предоставлением особой продукции услуг, удовлетворяющих общие или индивидуальные запросы людей. Специфика сервисной деятельности заключается в обязательности участия в ней потребителя услуг. Особенностью сервиса можно считать оценку со стороны клиента, как качества услуги, так и условий ее предоставления. Библиотечный сервис определяется комплексным использованием современных компьютерных технологий и гуманитарных тенденций, таких как консультирование, обучение, информирование [1, с.18].

Создаваемый уникальный продукт приносит доход производителю в рамках повышения имиджа и в процессе тиражирования, освещения в товарах, средствах производства, технологиях. Транслируя культурные образцы жизнедеятельности, библиотекари возрождают и поддерживают национальные традиции, организуют культурно-просветительские туристические маршруты.

Обслуживание нельзя считать только сервисом. Библиотека, как социальный институт, занимается производством, хранением и распространением информации, обеспечивает гуманизацию жизнедеятельности. Наряду с информационными потребностями у пользователя наблюдается и желание общения, проведения досуга, психологической релаксации, удовлетворение которых он связывает с библиотекой.

Представленный анализ научных работ позволяет сделать вывод о том, что исследование терминов «услуга», «обслуживание», «сервис» доказывает: услуга в данной триаде выступает итоговым продуктом. Сервис можно охарактеризовать как деятельность по удовлетворению не основных потребностей. Сервисная деятельность выступает как процесс, направленный на удовлетворение общих или индивидуальных запросов людей. В широком смысле сервис можно расценивать как культурную характеристику бытия, в узком

смысле трактовать как действия персонала по выполнению профессиональных обязанностей. Обслуживание, являясь компонентом сервисной деятельности, демонстрирует образ действий между производителем и потребителем.

Изменение эволюции обслуживания пользователей раскрывает закономерность перехода от библиотечного обслуживания к информационному сервису. В научные исследования понятие «информационный сервис» ввел Д.И. Блюменау, считающий, что «продукт информационного сервиса в отличие от продуктов всех остальных разновидностей сервиса является неотъемлемым компонентом мыслительного процесса, сопровождающего любую интеллектуальную деятельность, компонентом «встроенным» в эту деятельность и активизирующим ее» [2, с. 67].

Библиотека обладает ресурсами, позволяющими не только наполнять рынок товарами и услугами, но и гармонизировать социальные отношения, повышать качество и уровень жизни. Сервисная деятельность библиотек является не только социально значимой, но и социально ответственной.

#### *Библиографический список:*

1. Брежнева В. И. Информационное обслуживание: концепция сервисного развития: автореф. дис. ... докт. пед. наук: 05.25. СПб., 2007. 43 с.
2. Блюменау Д. И. Информация и информационный сервис. Л.: Наука, 1989. 192 с.
3. ГОСТ 7.0-99 Информационно-библиотечная деятельность. Библиография. URL: <http://rusla.ru/rsba/provision/standarts/gost%207.0%20-%2099.pdf>
4. Дворкина М. Я. Библиотечное обслуживание: теоретический аспект: монография. М.: изд-во МГИК, 1993.
5. Кожевникова Л. А. Экономический потенциал библиотеки: анализ и диагностика развития: автореф. дис. ... докт. пед. наук: 05.25. СПб., 2006. 37 с.
6. Лозовский Л. Ш. Универсальный бизнес-словарь. М.: Инфра-М, 1999. 632 с.

7. Пилко И.С. Информационные и библиотечные технологии: учеб. пособие. СПб.: Профессия, 2008. 342с.

8. Пипко Е. Г. Стратегическое управление сервисной деятельностью на рынке деловых бумаг (теория и методология): автореф. дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05. Самара, 2011.40с.

9. Прищепенко В. В. Семантика, дефиниции и соотношения понятий «продукт», «товар», «услуга». // Маркетинг в России и зарубежом.-2001. № 2. С. 12-20.

10. Цукерблат Д. М. Экономическая категория «библиотечная услуга» в понятийном аппарате библиотековедения // Библиосфера. 2014. №3. С.83-89.

11. Шавандина И. В. Генезис социально-экономической сущности услуг.  
URL: <http://elibrary.ru/download/15056130.pdf>