



## مهندسی خدمات پایدار رویکردی نوین در فرهنگ خدمت رسانی



### ❖ مقدمه

خدمت یک اقدام یا فعالیتی است که توسط یک شخص یا سازمان به شخص یا سازمان دیگر و در حالت کلی به یک ذینفع ارائه می شود. این خدمت می تواند عمدتاً تأثیر مشهود یا نامشهود بر خروجی فرآیندهای طرف مقابل داشته باشد. حتماً باید به این نکته توجه داشت که ارائه دهنده خدمت باید انتظار یا انتظارات مشتری را در نظر داشته و کلیه عناصر خدمت (رضایت مشتری، بهبود مستمر، بهبود ویژه، ایجاد رویکرد رقابتی، ایجاد ارزش) را پوشش دهد. در نظریه کلیه موارد ذکر شده مدیریت خدمت را بوجود می آورد.

در این راستا، بایستی شخص واجد شرایطی وجود داشته باشد تا تضمین کننده انطباق خدمت دهی با الزامات مد نظر مشتری باشد و در طول چرخه عمر خدمت، تیم خدمت رسانی را مدیریت نماید. تیم خدمت رسانی به طور کلی منابع یک خدمت می باشند که وظایف مختلفی را در طول چرخه عمر خدمت بر عهده دارند. جدا از عناصر خدمت که بدان اشاره شد، خدمت باید از بهره وری و کارایی خاصی برخوردار باشد و تا آن جا که می تواند ابعاد زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی را در بر گیرد. در برداشتن این شاخص ها، باعث می شود که یک خدمت به خدمت پایدار تبدیل شود. در واقع خدمت پایدار ارائه خدمتی است که علاوه بر محقق نمودن نیازهای مشتری، عملکرد اجتماعی، زیست محیطی، اقتصادی را در طول چرخه عمر نسبت به دیگر خدمات رایج، بهبود می بخشد.

### • روند تغییر در ماهیت خدمات

امروزه افراد در محیطی زندگی می‌کنند که به طور روز افزون به سوی اقتصاد مبتنی بر خدمات پیش می‌رود. در هلند، بیش از ۷۰ درصد مشاغل در مهارت‌های خدماتی و تقریباً دو سوم درآمد ناخالص ملی توسط خدمات به وجود می‌آید. آمارهای مشابه در دیگر کشورهای غربی نیز به همین منوال است. جذب نیرو در حوزه خدمات از سال ۱۹۸۰ میلادی در دنیا سه برابر شده در حالی که استخدام در حوزه صنعت به یک سوم کاهش پیدا کرده است. امروزه دیگر عنوان خدمات به خدمات بانکی، پستی، بیمه‌ای، بهداشتی و آموزشی محدود نمی‌شود بلکه اغلب محصولاتی که خریداری می‌کنیم عناصری از خدمت را نیز شامل می‌شوند. در واقع طیف وسیعی از کالاها برای داشتن مزیت رقابتی بر فعالیت‌های مبتنی بر خدمت تکیه دارند.

کیفیت یک جنبه مهم برای هر سازمان در حفظ قابلیت رقابت‌پذیری و حفظ بقا می‌باشد. در طول نیم قرن گذشته، کیفیت و مدیریت به چیزی که امروزه به مدیریت کیفیت جامع نامیده می‌شود، تکامل پیدا کرده است. در سال‌های اخیر با توسعه صنایع خدماتی و رشد سهم آنها در تولید ناخالص ملی، تلاش‌ها برای بهبود کیفیت خدمات و کسب رضایت مشتری و به تبع آن به دست آوردن سهم رقابتی بیشتر در بازار، افزایش یافته است. با توجه به پیشینه‌های بسیار کمی که در ارتباط با خدمات پایدار وجود دارد، نیاز به شناخت و درک ابعاد آن بیشتر آشکار می‌شود.

خدمات پایدار به شناخت وضعیت فعلی کمک می‌کند و جستجو برای درک این موضوع در محدوده مسئولیت‌های اجتماعی و مسئولیت‌های زیست محیطی قرار می‌گیرد. واژه خدمت پایدار به معنای تعهداتی است که جامعه بشریت امروزه در قبال بقای خدمات مختلف دارد. بنابراین می‌توان گفت که شناخت خدمت پایدار به پایدار بودن محیط زیست و جامعه بشریت می‌انجامد. همراستا با پایداری محیط زیست و پایداری اجتماعی درجه دیگری به نام پایداری اقتصادی بوجود می‌آید که با یکپارچگی این مفاهیم و بکارگیری آن در سازمان‌ها می‌توان مهندسی خدمات پایدار را به وجود آورد. با شکل‌گیری مهندسی خدمات پایدار در سازمان‌ها و شکل گرفتن منافع رقابتی، تعهد سازمان‌ها به حفظ و نگهداری منافع زیست محیطی، اجتماعی افزایش یافته و اتخاذ این رویکرد، بهبود و ارتقاء عملکرد سازمانی را بدنبال دارد.

## واحد مهندسی بازرسی خدمات

حفظ و رعایت این مسئولیت ها تاثیر ناچیزی روی هزینه خواهد داشت و نیاز به صرف هزینه های هنگفت نمی باشد. با این توضیحات می توان درک کرد که مهندسی خدمات پایدار تنها برای خلق یک خدمت جدید نیست، بلکه برای پایدار نمودن هرچه بیشتر خدمات فعلی مورد استفاده قرار می گیرد که کاملاً سیستماتیک و مدون می باشند. به ندرت خدمتی که از طرف یک سازمان ارائه می شود سیستماتیک است و اغلب از خدمات دیگر سازمان ها الگو برداری شده و فاقد ملاحظات فنی و مهندسی می باشند، بنابراین واژه مهندسی خدمت پایدار به دلیل فراگیر بودن و در نظر گرفتن کلیه ابعاد و جوانب یک خدمت، که بسیار فراتر از یک طراحی و الگوبرداری ساده می باشد، بکار برده می شود.

در ادبیات و مفاهیم مختلف، مفاهیم متعددی برای مهندسی خدمات پایدار وجود دارد. یکی از این تعاریف که کلیه ابعاد را شامل می شود، بدین شرح می باشد: هدف مهندسی خدمت پایدار، توسعه ابزارهای طراحی خدمت، پشتیبانی و ایجاد کیفیت در خدمت است. مفهوم مهندسی خدمت می تواند به روش های مختلفی تفسیر شود، دقیقاً همانند رویکردهای مختلفی که برای مهندسی محصول وجود دارد. نکته ای که در تعریف بدان اشاره شد، کیفیت و اثربخشی خدمت بود، چرا که بحث کیفیت خدمات بحث نسبتاً پیچیده ای می باشد.



### رقابت و پایداری در خدمات

تحقیقات نشان داده است که وجود رقابت در خدمات پایدار باعث افزایش منفعت هایی می شود که نتیجه آن فرآیندها و محصولات پایدار است. وقتی صحبت از کیفیت به میان می آید بلافاصله در ذهن افراد، مشخصات فنی شکل می گیرد. کیفیت خدمات به طور کلی به عنوان یک ساختار خیالی و اغفال کننده که به سختی تعریف و اندازه گیری می شود، شناخته می شود.

مشتریان تنها مرجع دارای صلاحیت برای قضاوت درباره کیفیت خدمت می باشند. در کشورهای توسعه یافته همانند کشورهای اروپایی و آمریکایی مانعی برای اتخاذ مهندسی خدمات پایدار وجود ندارد، ولی در کشورهای در حال توسعه همانند ایران فرهنگ لازم برای اتخاذ این گونه خدمات وجود ندارد و از طرف دیگر بستر تکنولوژی لازم جهت انجام اینگونه موارد نیز وجود ندارد. اصولاً کشورهای مختلف در راستای برنامه ریزی های کلان خود، مفاهیم توسعه پایدار را در دستور کار خود قرار می دهند. این در حالی است که اهداف توسعه پایدار بدون ایجاد نگرش مورد نظر در ساختارهای خدماتی قابل دسترس نخواهد بود رقابت در خدمات پایدار به معنای شراکت بیشتر و همسویی یک سازمان با مشتریان خود می شود. بنابراین پایداری خدمت چیزی جز افزایش کیفیت و رضایت مشتری نمی باشد و با حرکت به سوی آن می توان افزایش توان رقابتی و بقای سازمان را تضمین نمود.

### نمونه پایداری خدمات در شرکت ها

خدمات و فعالیت هایی که در سازمان ها و نمایندگی های خدمات پس از فروش شرکت های خودرو سازی ایران انجام می شود می تواند کاربرد خوبی از مباحث خدمات پایدار باشد. ماهیت فعالیت های این مراکز به گونه ای

است که تعامل مستقیمی با محیط زیست، تعهدهای اجتماعی دارند و از سوی

دیگر منبع درآمد مرکز محسوب می شوند. بنابراین این مراکز کلیه ابعاد پایداری

(زیست محیطی - اقتصادی - اجتماعی) را شامل می شوند. بخش اعظمی از

خدماتی که در نمایندگی ارائه می شود شامل تعویض قطعه یدکی یا روغن موتور



## واحد مهندسی بازرسی خدمات

می باشد. کاملاً مشهود است که نتیجه نهایی این خدمات آسیب رساندن به محیط زیست بوده و می توان گفت که مشتری نهایی در این فرآیند، محیط زیست می باشد.

بازیافت قطعات یدکی زمانبر است لذا باید ماهیت این قطعات از مبداء تولید آن در شرکت های ذیربط تغییر کند و از مواد اولیه ای برای ساخت آن ها استفاده شود که در طبیعت راحتتر و با دوره زمانی کوتاه تری بازیافت شوند. از شرکت های ذیربط می توان به تامین کنندگان قطعات شرکت های خودرو ساز مادر نام برد. ارزیابی تامین کنندگان یکی از الزامات سیستم مدیریت کیفیت می باشد که اغلب دارندگان این گواهینامه موظف به ارزیابی آن هستند. این شرکت ها می توانند فرآیند ارزیابی تامین کننده پایدار را به فرآیندهای درون سازمانی خود اضافه نمایند و تامین کنندگان خود را از لحاظ پایداری ارزیابی و به عنوان تامین کننده پایدار انتخاب کنند. روغن موتورهای تعویض شده در این مراکز می توانند ذخیره شده و به کارخانجات یا کارگاه هایی که تکنولوژی تصفیه روغن های مستهلک را دارند فروخته شود تا علاوه بر جبران بخشی از هزینه ها، از ورود این مواد شیمیایی به منابع آب های زیرزمینی جلوگیری شود. علاوه بر روغن های مستهلک، زباله های تولید شده در این مراکز نیز می توانند به دو دسته بازیافتی و غیرقابل بازیافتی جمع آوری شوند. زباله های بازیافتی می توانند به مراکز بازیافت زباله تحویل داده شوند تا در چرخه بازیافت قرار گیرند. هدف از انجام این اقدامات، جلوگیری از آلوده شدن محیط زیست است. دخالت دادن اخلاق حرفه ای و کیفیت در خدمت رسانی در عملکرد پرسنل این مراکز را می توان جزء ابعاد اجتماعی محسوب کرد. انتخاب شایسته پرسنل و تکنسین های حرفه ای و با مهارت کافی می تواند نمونه ای از اتخاذ رویکردهای اجتماعی باشد.

### نتیجه گیری

در ارزیابی های صورت گرفته از این مراکز می توان امتیاز های پایداری را در مرحله اول به عنوان الزامات تشویقی لحاظ کرد تا این مراکز و شرکت های مادر، به اتخاذ رویکردهای پایدار تشویق شوند. بکار گیری رویکردهای پایدار در شرکت های مادر نه تنها باعث افزایش اعتبار اجتماعی می گردد، بلکه باعث همراستایی با استانداردها و جنبش های جهانی می شوند. اما باید توجه داشت که الزامات تشویقی بعد از مدتی به الزامات قانونی تبدیل شوند تا شرکت ها از روی احساسات و عواطف ملزم به اتخاذ رویکرد پایدار نباشند بلکه به صورت یک قانون به آن نگاه کنند. تجارب نشان داده است که اعتماد عمومی و همه جانبه به شرکت هایی که رویکر پایدار دارند، بسیار زیاد می باشد که خود افزایش اعتبار را بدنبال دارد و این موضوع باعث تغییر نگرش در فرهنگ خدمت رسانی و ارتقاء سطح تعالی و بلوغ سازمان ارائه دهنده خدمت و ذینفعان می گردد.

منبع:  
مدیریت زنجیره تامین پایدار  
تالیف:  
دکتر آرش شاهین  
مهندس سید مختار حسینی

تالیف:

محسن سلیمی  
مدیر مهندسی بازرسی خدمات

[m.salimi@isqi.co.ir](mailto:m.salimi@isqi.co.ir)



مختار حسینی  
کارشناس پروژه های ارتقا خدمات  
[mo.hosseini@isqi.co.ir](mailto:mo.hosseini@isqi.co.ir)