Журнал правовых и экономических исследований, 2014, 3: 171–174
© Э.К. Какосьян, П.А. Белорусцева, 2014

УДК 338.46:338.24

E.K. Kakosyan, P.A. Belorustseva

SPECIFIC CHARACTER OF MANAGEMENT SYSTEM OF SERVICE SPHERE COMPANIES

Eva Kakosyan – senior lecturer at the Department of Management of Economic and Social Processes of St. Petersburg State University of Cinema and Television, PhD in Economics, associate professor, St. Petersburg; **e-mail: evakoks@mail.ru**.
Polina Belorustseva – assistant lecture at the Department of Producing of St. Petersburg State University of Cinema and Television, St. Petersburg; **e-mail: bpa@mmg-spb.ru**.

The relevance of the topic is determined by the fact that under modern economic conditions when managing service sphere enterprises the company administration is faced with a range of problems specific for the sphere in question.

The article is divided into three logically completed parts. The first one is dedicated to specific characteristics of the service sphere and their influence on forming, functioning and developing of service companies. The second part contains the analysis of the system of managing service companies. The third one offers our own algorithm aimed at increasing the efficiency of the system of managing service companies.

When making the research such methods as analysis and synthesis, system approach and comparison method were used.

To conclude the research we offer the main principles essential for successful performance and development of service companies under modern conditions. Our own contribution consists in designing the algorithm of actions to increase the efficiency of the system of managing service companies.

***Keywords**: system of managing service companies; external factors of influence on service sphere companies; specific character of management in service sphere; principles of management.*

Э.К. Какосьян, П.А. Белорусцева

СПЕЦИФИКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ СФЕРЫ УСЛУГ

Эва Крикоровна Какосьян – доцент кафедры управления экономическими и социальными процессами ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения», кандидат экономических наук, доцент, г. Санкт-Петербург; **e-mail: evakoks@mail.ru**.
Полина Александровна Белорусцева – ассистент кафедры продюсерства ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения», г. Санкт-Петербург; **e-mail: bpa@mmg-spb.ru**.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в современных условиях хозяйствования менеджмент организации сталкивается с рядом трудностей в процессе управления предприятиями сферы услуг, вызванных спецификой данной отрасли.

Статья разделена на три логически завершенные части. Первая часть посвящена рассмотрению особенностей сферы услуг и их влиянию на образование, функционирование и развитие предприятий сферы услуг. Во второй части проводится анализ специфики системы управления предприятиями сферы услуг. В третьей части представлен разработанный автором алгоритм действий, позволяющий повысить эффективность функционирования системы управления предприятиями сферы услуг.

В процессе написания статьи применялись современные общенаучные методы исследования, такие как анализ и синтез, системный подход, метод сравнений.

В качестве выводов были сформулированы основные принципы, необходимые для успешного функционирования и развития предприятий сферы услуг в современных условиях. Вкладом автора в развитие темы является разработанный алгоритм действий, позволяющий повысить эффективность функционирования системы управления предприятиями

сферы услуг.

***Ключевые слова**: система управления предприятиями сферы услуг; внешние факторы воздействия на предприятия сферы услуг; специфика управления в сфере услуг; принципы управления.*

Основная тенденция развития современного общества характеризуется переходом от индустриальной и сырьевой экономики к экономике сферы услуг, базирующейся на информационно-коммуникационных технологиях. Наблюдается постоянное возрастание значения, роли и вклада сферы услуг в развитие национальных экономик разных стран. Так, в ряде передовых стран, таких как Германия, Япония, США, Великобритания, процент доли сферы услуг в национальном продукте составляет от 65 до 70%, процент населения, занятого в сфере услуг, достигает 80%, что, в свою очередь, безусловно, подтверждает тот факт, что сектор услуг является одним из приоритетных в современном общественном развитии.

В последние десять лет наблюдается активное внедрение различных видов услуг во все отрасли национальной экономики, во все сферы и виды деятельности. Отметим, что многие промышленные, строительные, торговые и другие предприятия уже предоставляют или начинают предоставлять различные виды услуг. Данная тенденция обусловлена положительным влиянием функционирования сферы услуг на различные секторы общественного производства.

Таким образом, сегодня сфера услуг представляет собой широко разветвленный многоотраслевой, многовидовой, весьма специфический сектор национального хозяйства страны, включающий множество организаций (предприятий, фирм, компаний, учреждений), как узкоспециализированных, так и многопрофильных, причем разных размеров, структурных форм и масштабов деятельности [2].

Формирование, существование, функционирование и развитие различных организаций в сфере услуг как социально-экономических систем подвержено воздействию ряда общих закономерностей: соотношения целого и его частей; единства формы и содержания; внутренней совместимости и взаимодействия элементов системы; иерархичности внутри системы и между подсистемами. В то же время организации сферы услуг обладают следующими современными свойствами: изменчивость отдельных параметров деятельности и вариабельность рыночного и социального поведения; способность адаптироваться к изменяющимся условиям; способность противостоять разрушающим воздействиям; наличие предельных возможностей, определяемых имеющимися ресурсами; уникальность выживания в сложных ситуациях за счет гибкого реагирования на возрастающие потребности общества и изменчивый спрос потребителей, сокращение жизненных циклов товаров и услуг [2].

Отметим основные характерные особенности сферы услуг, наглядно проявляющиеся в практической деятельности и влияющие на формирование, функционирование и развитие предприятий в этой сфере. В качестве первой особенности можно выделить разнообразную природу и функциональное назначение основной массы современных услуг. Вторым отличительным признаком сферы услуг выступает обязательное условие участия потребителя в процессе оказания слуг, при этом особая роль отводится компетенции персонала, задействованного в общении с потребителями услуг. Немаловажной отличительной чертой сферы услуг является многообразие форм обслуживания, которые, в свою очередь, могут подразделяться по месту предоставления услуги (в стационарных условиях организации, по месту нахождения потребителя, по месту жительства, в местах отдыха, в передвижных условиях); по срокам предоставления услуг (обычные, срочное выполнение заказов, экспресс-обслуживание и др.); по методам организации обслуживания (по индивидуальным заявкам, заказам, по опре-

деленным перечням услуг, по предварительной записи, гарантийное, послегарантийное, абонементное обслуживание, по электронной почте, мобильной связи и др.). Четвертая особенность сферы услуг – это локальность деятельности предприятий. Главной целью деятельности предприятий сферы услуг является удовлетворение потребностей физических и юридических лиц, расположенных на одной с ними территории. Данная особенность связана с тем, что услуги по своей природе являются нетранспортабельными, не сохраняемыми и не накапливаемыми и, в отличие от товаров, потребляются исключительно там, где осуществляются. Пятое отличие заключается в том, что колебания спроса на услуги зависит не только от предпочтений клиентов, но и в том числе от сезонности и стадии общественного прогресса. Также в качестве основных характерных особенностей отметим сочетание рыночных и бюджетных форм оплаты за потребление социальных услуг; определенные сложности в процессе стандартизации и сертификации услуг; субъективную оценку качества предоставленных услуг со стороны различных категорий потребителей; желание предприятий одновременно осуществлять свою деятельность как в отношении физических, так и юридических лиц, что ведет, в свою очередь, к образованию системы комплексного подхода в обслуживании клиентов.

Говоря о специфике системы управления предприятиями сферы услуг, важно отметить, что основная масса управленческих решений осуществляется на основе постоянного контроля и анализа факторов внешней среды, оказывающих существенное влияние на деятельность предприятий сферы услуг в современных условиях. К ним можно отнести: спрос потребителей по видам услуг; особые предпочтения клиентов; потребность в комплексном обслуживании; товары-заменители услуг; потенциал и действия конкурентов; возможности поставщиков ресурсов; влияние научно-технического прогресса; степень участия региональных и местных администраций; местный, региональный рынок труда; состояние отраслей экономики; наличие и состояние социальной инфраструктуры; уровень развития рыночной инфраструктуры; уровень развития сферы услуг на территории; специфика отраслевых видов деятельности и конкурентных слуг.

Специфика системы управления предприятиями сферы услуг базируется на обязательном условии – взаимодействии в процессе оказания услуги между потребителем и персоналом компании. Менеджмент компании, с целью создать максимальную ценность услуги в глазах своего потребителя, в обязательном порядке должен уделять особое внимание качеству взаимодействия персонала с потребителем. Для того чтобы решить данную задачу, в первую очередь необходимо построить систему внутреннего маркетинга, позволяющую достигнуть максимально эффективного взаимодействия сотрудников организации в момент их непосредственного контакта с клиентами.

В связи с тем, что производство и потребление услуг неделимо на отдельные процессы (в тот момент, когда услуга производится, она и потребляется), возникает еще одна функциональная задача менеджмента в сфере услуг: необходимо одновременно создавать, оценивать, рекламировать, продвигать на рынок, продавать услугу, организовывать процесс взаимодействия тех, кто производит услугу, с теми, кто ее потребляет [1]. Кроме того, из-за невозможности отделения процесса производства услуги от процесса ее потребления, перед менеджментом организации встает необходимость в разработке еще двух дополнительных стратегий, касающихся видимой части организации процесса оказания услуги и создания материальной среды, дающей потребителю первичную информацию о качестве предстоящего обслуживания. Применяя данные стратегии на практике, менеджмент организации создает интерьер или дизайн помещения, в котором происходит обслуживание. Одним из важных аспектов создания видимой части организации процесса оказания услуг является разработка и утверждение четких стандартов работы (общения) персонала с клиентами в про-

цессе обслуживания, реализующихся в виде обучения и последующей системы мотивации персонала. Четкое следование заданному алгоритму действий и соблюдение стандартов в процессе оказания услуги создает базу для мотивации персонала и выявляет необходимость их корректировки в случае, если финансовый результат оказания услуг отличается от планируемого.

Таким образом, главный фактор качественного оказания услуги находится в плоскости менеджмента и состоит в том, что руководители должны создавать такие условия труда, чтобы сотрудники организации осознали ценность продаваемой ими услуги и были мотивированны на качественное обслуживание потребителей [1].

Для достижения эффективного функционирования системы управления предприятиями сферы услуг необходимо соблюдение общего алгоритма действий, состоящего из ряда этапов: определение целей организации на основе стратегических изменений; формирование команды специалистов, способных разработать, провести подготовительные работы и необходимые преобразования; детальное изучение ситуации, внешних и внутренних факторов и проблем, влияющих на функционирование и развитие предприятия, определение сильных, слабых сторон, возможностей и угроз, рисков в данных условиях; проведение SWOT-анализа человеческих ресурсов; определение необходимых видов и объемов стратегических изменений; разработка и выбор наиболее эффективного варианта организационного развития, составление программного документа; реализация составленной программы действий; контроль, анализ и оценка результатов, проведенной программы преобразований; подготовка корректировок, рекомендаций и предложений по дальнейшему организационному развитию.

Все представленные выше этапы тесно взаимосвязаны и являются обязательными для достижения эффективного управления на предприятиях сферы услуг, однако отметим, что они могут подвергаться корректировке и дополнениям, в зависимости от сферы функционирования каждого конкретного предприятия.

В заключение сформулируем основные принципы, необходимые для успешного функционирования и развития предприятий сферы услуг в современных условиях: постоянный контроль, анализ и учет разнообразных факторов внешней среды организации; соответствие организационной структуры управления, организации труда и сервисных процессов специфике отраслевых видов услуг, особенностям их комбинаций и диверсификации; оперативное реагирование предприятия на постоянно меняющийся спрос потребителей; постоянное улучшение качества оказываемых услуг; согласованность действий всех структурно-функциональных подразделений предприятия; готовность менеджмента и сотрудников организации к научно-техническим и организационно-управленческим новшествам; обязательная совместимость стратегии развития предприятия с организационной культурой и профессиональным уровнем менеджмента; сбалансированность различных видов ресурсов (материальных, имущественных, технических, финансовых, информационных, человеческих); постановка приоритета развития человеческих ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Куликов Ю.А.* Инструменты управления организациями сферы услуг // Менеджмент в России и за рубежом. 2007. № 6.

2. *Маннапов Р.Г., Берешева Л.А.* Управление человеческими ресурсами в организациях сферы услуг: научные основы формирования и развития: монография / под ред. Р.Г. Маннапова. М.: МАКС Пресс, 2011. 176 с.