УДК: 330.12:005.346 DOI: 10.12737/24805

УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССАМИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ НА ОСНОВЕ СЕРВИСНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Докукина И.А., Макарова Ю.Л.[1]

В статье обоснована интеграция исполнителей и потребителей в рамках оказания услуг на основе сервисного менеджмента. Его применение позволило разработать эффективный механизм управления, который заключается в установлении стратегических ориентиров в сервисной организации. Рассмотрены направления успешного развития организации на основе сервисного менеджмента, и определены основные векторы для совершенствования сервисной стратегии. Практическое применение сервисного менеджмента позволяет выявить и минимизировать управленческие риски. На основе системного анализа направлений развития сервисной стратегии представлен авторский алгоритм формирования логистической площадки управления процессами оказания услуг и обоснованы направления ее дальнейшего развития.

Ключевые слова: сервисный менеджмент, логистическая площадка, управление, процесс, стратегия, взаимодействие, интеграция.

MANAGING PROCESSES OF SERVICE BASED ON SERVICE MANAGEMENT

DOKUKINA I. A. - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Management and Public Administration, Central Russian Institute of Management – branch, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e -mail: dokukina.orags@mail.ru.

MAKAROVA J.L. - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Management and Public Administration, Central Russian Institute of Management – branch, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: makerovS@yandex.ru

In the article the integration of performers and consumers within the framework of the provision of services based on service management is substantiated. Its application allowed the development of an effective management mechanism, which is to establish strategic orientations in the service organization. The directions of the organization on the basis of the successful development of service management and the main vectors for service improvement strategy are examined. The practical application of service management allows to identify and minimize management risks. On the basis of systematic analysis of trends in the development of service strategy the author's algorithm of formation of logistic process management platform of services is presented and the directions of its further development are shown.

Keywords: service management, logistics platform, management, process, strategy, interaction, integration.

Докукина Ирина Александровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления, Среднерусский институт управления – филиал, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, адрес: 302028, Россия, г. Орёл, б. Победы, д.5а, e-mail: dokukina.orags@mail.ru

Макарова Юлия Леонидовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Среднерусский институт управления – филиал, адрес: 302028, Россия, г. Орёл, б. Победы, д.5а, e-mail: makerovS@yandex.ru

В условиях современного экономического развития появляется необходимость в формировании управленческих решений, которые смогли бы способствовать увеличению прибыли уже в краткосрочном периоде с небольшими затратами на их внедрение. В данном контексте необходимо рассмотреть процесс повышения эффективности управления процессами оказания услуг на основе сервисного менеджмента. Состояние мировой экономики сегодня характеризуется более частыми и интенсивными изменениями. В данном случае степень взаимовлияния экономик очень значительна, отмечаем, что, с одной стороны данные явления открывают новейшие горизонты для уменьшения уровня затратоемкости, продвижения услуг, но при этом, с другой стороны, способствуют возрастанию уровня неясности протекания самих процессов.

Процесс формирования стратегии управления на основе сервисного менеджмента базируется на анализе рыночных отношений и потребителя, построении сервисной концепции организации и детальном изучении всех вероятных рыночных потенциалов, а также рисков. Разработка механизмов управления заключается в установлении стратегических ориентиров компании, выборе рыночной ниши и целевых сегментов управления. Отмечаем, что в основе любой стратегии развития организации лежит победа в конкурентных взаимоотношениях как во внутренней среде, так и внешней.

В основе сервисного менеджмента находится именно и сам сервис, так и процесс интеграции. Данные явления формируют качественно новый подход в теории и практике организационно-управленческих дисциплин[1]. В своем исследовании нами выделена такая область развития менеджмента, целью которой являются анализ и разъяснение с межотраслевых и экономических позиций процессов, которые происходят при формировании сервисной стратегии. Является ли данное направление успешным для дальнейшего развития страны?

На наш взгляд, безусловно, указанный вектор обладает практической значимостью и необходимостью структуризации новой области изучения, такой, как системы сервисного менеджмента в условиях импортозамещения в Российской Федерации.

На наш взгляд, нарастающий эффект масштабности и многообразия оказываемых услуг, трансформировавшиеся структуры активов способствуют расширению экспансии на международном уровне организаций, занимающихся предоставлением услуг. Видоизменение структур активов, означающее возрастание капиталоемкости и удельного веса постоянных затрат, привело к увеличению количества слияний и поглощений. На наш взгляд, увеличивается уровень интеграции[2]. Организации, предоставляющие услуги, актуализируют тем самым исследования в области управления услугами в целом. Проанализировав ситуацию на российском рынке, было выявлено, что в настоящее время успешно применяются глобальные стратегии для продвижения услуг на рынке.

Отмечаем, что эффективная реализация сервисной стратегии заключается в способности сформировать определенный уровень соответствия оказываемых услуг потребностям развития страны. Но при этом она невозможна без учета свойств услуг в зависимости от оценки качества услуг и уровня интеграции с потребителями.

[1] Polyanin A.V., Dokukina I.A. Implementation of strategic management in agricultural organizations: problems and prospects //Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. 2016. – Т. 55. – № 7. – С. 54–61.

[2] Макарова Ю.Л. Приоритетные направления развития инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в регионе // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – 2015. – № 10–3. – С. 135–136.

В условиях мировой неопределенности вероятности применения стратегии роста ограничены. На наш взгляд, альтернативным вариантом может стать стратегия обеспечения качества, направленная на формирование новых услуг и усовершенствование их качества[1].

При оказании услуг на сравнительно узком рынке увеличение ожиданий не способствует формированию значительной прибыли и при этом аргументировано социальной значимостью и целевыми ориентирами развития страны[2]. Обращаем внимание, что увеличение доли рынка включает в себя видоизменение в свойствах самих услуг в ответ на трансформировавшиеся ожидания потребителей.

Во многих уже имеющихся исследованиях рынка услуг можно проследить следующую закономерность: такие характеристики, как неопределенность, отсутствие жизнестойкости, синхронизация производства и потребления, непрямое взаимодействие покупателя и продавца в процессе оказания услуги, определяют точечный характер деятельности организаций, предоставляющих услуги. Специальная роль подразделений, прямо взаимодействующих с потребителем, в данных процессах означает, что внешнее экономическое воздействие формирует для организаций, предоставляющих услуги, значительные риски и сложности[3].

И в данном контексте сервисный менеджмент выступает как универсальный управленческий подход, который акцентирует внимание на качестве самого сервиса. Очевидно, что в данном случае управленческое решение заключается в формировании показателей, дающих возможность системно проанализировать ожидания потребителя, и в установлении рационального набора индикаторов, способствующих получению максимального результата в развитии услуг в стране.

Актуализация данной проблемы способствует формированию и рассмотрению следующей авторской дефиниции – логистическая площадка.

Она представляет собой структуру взаимосвязей и взаимодействий, обеспечивающую весь цикл оказания услуг – от первоначальной разработки и внедрения до дальнейшего продвижения, и управления в соответствии с ожиданиями потребителей.

Выделяем, что в ходе исследования отличительной особенностью является систематизация и структуризация анализа нескольких направлений: тактического и стратегического управления, управленческого аудита, маркетинга и т.д. Предлагаем рассмотреть данное определение с точки зрения двух наиболее значимых подходов – маркетингового и стратегического развития.

Основная цель, которая заложена в основу термина «логистическая площадка» заключается в формировании единого центра управления процессами оказания услуг на всех ступенях жизненного цикла. Использование сервисного менеджмента, по нашему мнению, позволяет сформировать алгоритм управления. Используя его для логистической площадки, мы ориентируем свое исследование, во-первых, на максимально допустимое удовлетворение определенных потребностей путем оказания самостоятельной услуги, которая должна привести к определенному эффекту полезности; во-вторых, на формирование в организации вероятности и условий для формирования такого сервисного продукта; в-третьих, на согласование задач и интересов всех привлеченных в ходе оказания услуги структурных единиц[4].

---

[1] Боброва Е.А., Лытнева Н.А. Концептуальные направления управления затратами в условиях кризисной ситуации в малом бизнесе // Экономическая среда. – 2013. – № 1 (3). – С. 59–69.

[2] Полянин А.В. Видово-факторная сущность экономического роста региона /А.В. Полянин // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 25. – С. 17–21.

[3] Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Формирование учетно-аналитической системы для управления собственным капиталом организации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 9–1. – С. 118–123.

[4] Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Модели экономического анализа в управлении прибылью коммерческих ор-

Необходимо отметить, что предлагаемая авторская модель логистической площадки на основе сервисного менеджмента может быть использована как исполнителями, так и потребителями услуг в условиях интеграционного взаимодействия.

Сервисная стратегия требует разработки отчетливого ценностного предложения по группам потребителей услуг и должна быть сформулирована на основе стандартизированных сегментов, которые легко описать, реализовать, проанализировав дополнительную ценность, которую она формирует для потребителя. В таблице 1 нами представлены основные векторы для совершенствования сервисной стратегии.

Таблица 1 – Основные векторы для совершенствования сервисной стратегии
Table 1 – Basic vectors to improve service strategy

Маркетинговое развитие	Стратегическое развитие
Отсутствует информация об эффективно оказываемых услугах	Ускоренный подход к продажам услуг
Нет возможности отследить уровень качества услуг, оказываемых организациями-конкурентами	Отсутствует комплексный подход к ценовой политике
Небольшой уровень развития комплекса услуг	Формирование процессов оказания услуг имеет наименьший приоритет, чем другие курсы деятельности организации
Неполное применение потенциала базового комплекса услуг	Несовершенная система оценки эффективности оказания услуг

Успешной реализации сервисной стратегии способствуют следующие мероприятия:

1) формирование собственной базы данных о процессе и качестве обслуживания;

2) проектирование механизма роста эффективности логистической площадки;

3) организация системы показателей качества сервисного менеджмента;

4) формирование системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации универсальных специалистов в области сервисной стратегии;

5) формирование рабочей группы для обеспечения реализации авторского проекта интеграции и реализации коммуникационных взаимосвязей.

Основными препятствиями для интенсивного применения и развития сервисного менеджмента являются дефицит в специалистах по логистике, которые имеют специфические навыки в области формирования имиджа услуг, и отсутствие рационального подхода к развитию персонала[1].

Алгоритм формирования логистической площадки управления процессами оказания услуг на основе сервисного менеджмента представлен на рисунке 1.

Исполнение представленного алгоритма связано с рядом рисков, которые рассматриваются нами как управляемые.

При этом отмечаем, что их степень проявления может быть уменьшена за счет привлечения необходимых дополнительных ресурсных потенциалов. Итак, мы выделяем:

ганизаций в условиях развития региональной экономики // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – № 1 (7). – С. 121а–127.

[1] Плотников В.А., Федотова Г.В. Индикаторы стратегического регионального планирования // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2014. – № 17. – С. 21–33.

- наружные риски: сопротивление и проявление независимости по отношению к внешним факторам; подчиненность изменениям в нормативно-правовом регулировании РФ;

- тактические риски: небольшой уровень квалификация специалистов сервисного развития; недостаточный уровень конкуренции;

- финансово-денежные риски: увеличение уровня затрат.



Рисунок 1 – Алгоритм формирования логистической площадки управления процессами оказания услуг на основе сервисного менеджмента

Figure 1- Algorithm of formation of the logistics process of management platform of services based on service management

В рамках формирования логистической площадки, на наш взгляд, необходимо:

1. Осуществить адаптационные механизмы взаимодействия процессов управления интеграцией с целью сокращения цикла финансовой зависимости.

2. Осуществить разработку процесса управления качеством услуг, который будет способствовать неизменному протеканию совершенствования качества услуг.

3. Внедрить процесс повышения эффективности с целью вовремя определить необходимость дальнейших изменений.

Во многих научных исследованиях под эффективностью сервисного менеджмента подразумеваются взаимоотношения результатов с затратами, направленные на их быстрое и системное достижение. В данном случае применяется затратный подход. На наш взгляд, необходимо рассмотреть эффективность сервисного менеджмента с точки зрения целеинтеграционного подхода. Он даст возможность логистическую площадку соизмерять и оценивать на основе выполненных целей.

Эти два подхода тесно взаимосвязаны между собой. При этом они дают возможность системно определить эффективность управленческих процессов. На практическом уровне в сервисной организации оценка общей эффективности реализовывается и исчисляется на уровне высшей ступени управления.

Расчет экономической эффективности осуществляется путем сопоставления затрат с экономическим результатом. Положительный итог говорит об экономии, а отрицательный свидетельствует об убытке реализации сервисной стратегии[1].

Отмечаем, что, проанализировав данную сферу, недостаточно разбивать эффективность по итогам, которая связана со сравнением результатов и целей, и ресурсно-затратную. На наш взгляд, нужен анализ целесообразности интеграции потребителей и исполнителей в рамках сервисной стратегии, что выдвигает рассмотрение данного вопроса на более глобальный и практический уровень исследования.

При проектировании логистической площадки мы учитывали следующую особенность услуг, а именно: сформировать запас услуг неисполнимо.

[1] Докукина И.А. Развитие концептуальных аспектов менеджмента современной организации/Докукина И.А. // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2014. – № 4. – С. 106–111.

Сравнив с производственным сектором, в котором можно в период уменьшения спроса аккумулировать запасы продукции для продвижения ее в периоды максимального спроса и формировать относительно постоянный уровень производственных мощностей, в сервисных организациях необходимо удовлетворять спрос в процессе его появления.

Таким образом, один из основных вопросов при проектировании логистической площадки был нами сформулирован следующим образом: "Какова должна быть сервисная мощность и эффективность?"

В этой связи необходимо детализировать направления развития логистической площадки управления процессами оказания услуг через взаимодействие основных элементов. На наш взгляд, представленная схема взаимодействия (рисунок 2) формирует взаимосвязи, причем и маркетингового развития, и стратегического.

Таким образом, нами отмечается, что по мере увеличения степени интеграции и взаимовлияния производительность обслуживания уменьшается. При этом данный факт компенсируется тем, что личное взаимодействие дает большие потенциалы для осуществления, благодаря которым организация имеет дополнительные каналы для реализации услуги. И, напротив, при небольшой степени контакта интеграция проявляется более эффективно, это связано с тем, клиент не способен воздействовать на сам процесс.

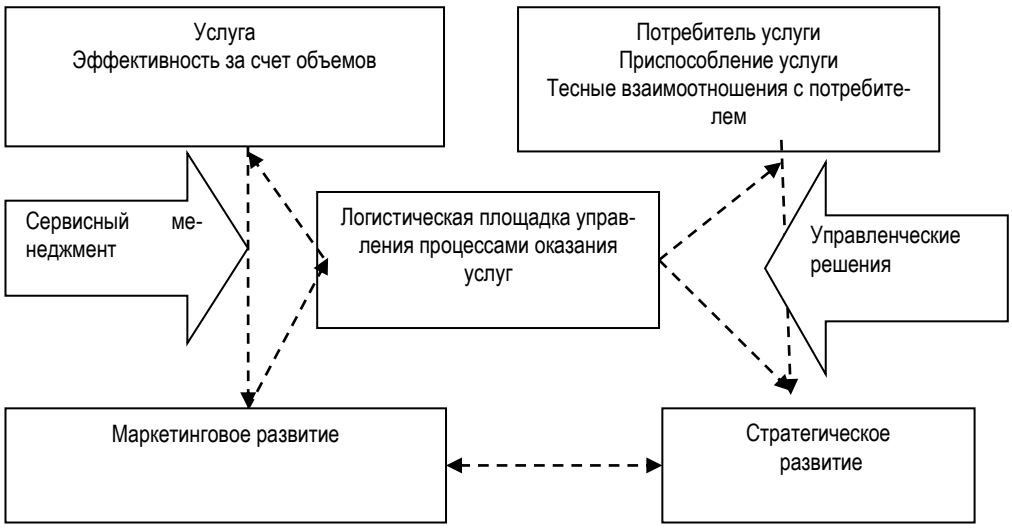


Рисунок 2 – Направления развития логистической площадки управления процессами оказания услуг

Figure 2 - Directions of logistic process of management platform of services

Применение авторской дефиниции даст возможность сформировать информационную поддержку для потребителей по всему массиву вопросов, используя междисциплинарный подход.

Успешной реализации логистической площадки управления процессами оказания услуг способствуют следующие мероприятия:

- формирование механизма повышения эффективности, ориентированное на качество услуг;
- формирование системы подготовки (переподготовки и повышения квалификации) специалистов.

Сформировался новый подход в направлении современного развития менеджмента – сервисный менеджмент. Его задачами в условиях импортозамещения являются анализ и аргументация взаимодействий, которые возникают в результате регулирования, а также выработки методологии для более эффективного применения потенциала сервисной организации.

Таким образом, применение логистической площадки, а также представленный авторский подход на практике позволяет организации приумножить доходы от оказания услуг, повысить лояльность потребителей за счет повышения качества услуг, нормализовать уровень затрат.

Библиография/References:

1. Боброва Е.А., Лытнева Н.А. Концептуальные направления управления затратами в условиях кризисной ситуации в малом бизнесе // Экономическая среда. – 2013. –№1(3).–С.59–69.

2. Докукина И.А. Развитие концептуальных аспектов менеджмента современной организации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2014. – № 4. – С. 106–111.

3. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Модели экономического анализа в управлении прибылью коммерческих организаций в условиях развития региональной экономики // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – № 1 (7). – С. 121–127.

4. Кыштымова Е.А., Лытнева Н.А. Формирование учетно-аналитической системы для управления собственным капиталом организации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 9–1. – С. 118–123.

5. Макарова Ю.Л. Приоритетные направления развития инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в регионе // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. – 2015. – № 10–3. – С. 135–136.

6. Плотников В.А., Федотова Г.В. Индикаторы стратегического регионального планирования // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2014. – № 17. – С. 21–33.

7. Полянин А.В. Видово-факторная сущность экономического роста региона // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 25. – С. 17–21.

8. Polyanin A.V., Dokukina I.A. Implementation of strategic management in agricultural organizations: problems and prospects // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. – 2016. – Т. 55. – № 7. – С.54–61.

1.Bobrova, E.A., Lytneva, N.A. (2013) Kontseptual'nye napravleniia upravleniia zatratami v usloviiakh krizisnoi situatsii v malom biznese [Conceptual cost management direction in a crisis situation in small business] // Ekonomicheskaia sreda [Economic environment]. – № 1 (3). – P. 59–69. (In Russ.)

2.Dokukina, I.A. (2014) Razvitie kontseptual'nykh aspektov menedzhmenta sovremennoi organizatsii [The development of the conceptual aspects of management of the modern organization] // Izvestiia Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta [Proceedings of the St. Petersburg State University of Economics]. – № 4. – P. 106–111. (In Russ.)

3.Kyshtymova, E.A., Lytneva, N.A. (2013) Modeli ekonomicheskogo analiza v upravlenii pribyl'iu kommercheskikh organizatsii v usloviiakh razvitiia regional'noi ekonomiki [Models of economic analysis in the management of commercial profit organizations in the development of regional economy] // Nauchnye zapiski OrelGIET [Scientific Journal of Orel SIET]. – № 1 (7). – P. 121–127. (In Russ.)

4.Kyshtymova, E.A., Lytneva, N.A. (2015) Formirovanie uchetno-analiticheskoi sistemy dlia upravleniia sobstvennym kapitalom organizatsii [Formation of registration-analytical system to manage its own capital organization] // Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovanii [International Journal of Applied and Basic Research]. – № 9–1. – P. 118–123. (In Russ.)

5.Makarova, Iu.L. (2015) Prioritetnye napravleniia razvitiia infrastrukturnogo obespecheniia predprinimatel'skoi deiatel'nosti v regione [Priority directions of development of infrastructural maintenance of entrepreneurial activity in the region] // Fundamental'nye i prikladnye issledovaniia v sovremennom mire [Basic and applied research in the modern world]. – № 10–3. – P. 135–136. (In Russ.)

6.Plotnikov, V.A., Fedotova, G.V. (2014) Indikatory strategicheskogo regional'nogo planirovaniia [Indicators of the strategic regional planning] // Finansovaia analitika: problemy i resheniia [Financial analytics: problems and solutions]. – № 17. – P. 21–33. (In Russ.)

7.Polianin, A.V. (2011) Vidovo-faktornaia sushchnost' ekonomicheskogo rosta regiona [Implementation of strategic management in agricultural organizations: problems and prospects] // Regional'naia ekonomika: teoriia i praktika [Regional economy: theory and practice]. – № 25. – P. 17–21. (In Russ.)