Пашигорева Галина Ивановна. Теория и методология формирования и реализации организационных процессов на предприятиях сферы услуг : диссертация ... доктора экономических наук : 08.00.05.- Санкт-Петербург, 2006.- 286 с.: ил. РГБ ОД, 71 07-8/472

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

СЕРВИСА И ЭКОНОМИКИ

71:07-8/472

Пашигорева Галина Ивановна

«Теория и методология формирования и

реализации организационных процессов

на предприятиях сферы услуг»

(специализация: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами - сфера услуг)

Диссертация на соискание ученой степени

доктора экономических наук

Научный консультант: заслуженный работник высшей школы РФ

доктор экономических наук, профессор Соловьев В.Н.

Санкт-Петербург

2006

Содержание:

Введение 4

Глава I. Научно-теоретические предпосылки формирования организационных процессов на предприятиях сферы услуг 16

1.1. Социально-экономическая сущность сферы услуг: организационно-управленческий подход 16

1.2. Типологизация услуг в концепции потребления 34

1.3. Формирование инфрастуктуры рынка услуг 48

Глава II. Концепция организационно-экономического развития предприятий сферы услуг 65

2.1. Концептуальные положения и принципы функционирования

предприятий сферы услуг 65

2.2. Детерминанты организационно-управленческих процессов

в сфере услуг 83

2.3. Нормативное обеспечение организации управления сферы услуг 97

Глава III. Методологические основы формирования организационных процессов на предприятиях сферы услуг 126

3.1. Процессный подход к организации управления в сфере услуг 126

3.2. Принципы и методы реализации организационно-управленческой

деятельности предприятий на основе приоритетов развития сферы услуг 148

3.3. Информационные ресурсы в организации функционирования

предприятий в сфере услуг 161

Глава IV. Методические положения по формированию и реализации организационных технологий на предприятиях в сфере услуг

з

4.1. Перцепции и организационные коммуникации в трансформации

сферы услуг 176

4.2. Методы организационного проектирования инновационной

деятельности предприятий сферы услуг 189

4.3. Формирование системы контроллинга в управлении предприятиями сферы услуг 204

Глава V. Моделирование и программное обеспечение организационных

процессов на предприятиях сферы услуг 217

5.1. Методы пространственно-временного моделирования развития

сферы услуг 217

5.2. Механизм программного обеспечения организационных процессов.245

Заключение 264

Список литературы 272

**Заключение**

В процессе проведенного исследования получены следующие научные и практические результаты.

*А. Научные результаты.*

1. В работе использован оригинальный подход, к изучению сферы услуг как объекта исследования с позиции формирования и реализации организационных процессов на предприятиях сферы услуг. Обусловлено это тем, что бурный рост сферы услуг в рыночной экономике требует осмысления и пристального внимания к процессам, происходящим на предприятиях сферы услуг. Сам процесс развития сферы услуг не может быть неуправляемым, хаотичным, что может привести не только к изменению структуры общественного потребления, но и деформации как структурной, так и содержательной частей всего спектра экономических отношений.

Разнообразный спектр применения услуг в национальной экономике, их предметная сложность, направленность на удовлетворение потребностей различных групп населения, динамизм в развитии и т. п. определяет необходимость формирования управления организационными процессами в сфере услуг, причем, управления не столько в его традиционном понимании, сколько в понимании инновационном.

Вопросам организационного управления сферой услуг до настоящего времени практически уделялось недостаточно внимания, а между тем - это специфический вид деятельности, предполагающий применение особых подходов, методов, средств, ресурсов, которые могут быть расширительными и ограничительными в своем применении.

В научных исследованиях организации деятельности предприятий сферы услуг акцентируют, в основном, внимание на простых внутриорганизационных процессах. Однако, в сфере услуг этого совершенно недостаточно, что предполагает акцентацию внимания на

**265**

межорганизационных или расширенных процессах, в которые вовлечены конкретные разработчики услуг, предприятия, предприятия-конкуренты, органы местного, регионального и федерального управления, а также субъекты потребительского рынка.

К организации деятельности предприятий сферы услуг, как нам представляется, необходим системный подход, основанный на принципах опережения услуг над предлагаемой товарной массой, непрерывности развития, формировании программно-ориентированного мышления менеджеров.

В организации деятельности предприятий сферы услуг важен и принцип адресности. Ведь услуга носит вполне объективный характер и предназначена какому-либо субъекту.

Адресность предоставления услуг не ограничивает возможности классификации услуг, а скорее подчеркивает их разнообразие, предметность, направленность и эффективность предоставления, то есть в классификации услуг должна присутствовать качественная определенность, что, в конечном счете, выступает условием ее реализуемости на потребительском рынке.

Определяющим условием производства услуги является невозможность ее существования отдельно от производителя, даже если услуга реализуется через «посредника», например, консалтинговую организацию.

По своему содержанию услуги можно подразделить на определенные классы: 1) осязаемые действия, направленные на обеспечение

жизнедеятельности населения; 2) осязаемые действия, направленные на товары и хозяйственные структуры, их производящие; 3) неосязаемые действия, направленные на формирование духовной, нравственной, этической сторон личности; 4) неосязаемые действия, связанные с неосязаемыми активами.

К первому классу относятся услуги здравоохранения, пассажирского транспорта, салонов красоты, спортивных заведений, ресторанов и кафе.

Ко второму классу: ремонт и содержание оборудования, услуги грузового транспорта, охрана, поддержание чистоты, ветеринарные услуги и т.п.

К третьему классу относятся услуги образовательных учреждений, информационные услуги, театры, музеи и т.д.

К четвертому классу относятся услуги банков, юридических консультаций, страховых компаний, фондовых рынков.

Каждый их классов услуг необходимо рассматривать в зависимости от их позиционирования на местном, отраслевом, региональном, федеральном и международном рынках.

Одновременно подобная классификация услуг может быть дополнена услугами, ориентированными на социальный и имущественный статус их потребителей.

1. Развитие сферы услуг в настоящее время сдерживается отсутствием современной инфраструктуры. Субъектами инфраструктуры услуг являются потребности, ресурсы, технологии, социальное самосознание, интеграция, мотивации, участие в решении проблем развития сферы услуг. В работе приведены результаты анализа и оценки сферы услуг в территориальном контексте 10 регионов Российской Федерации, в частности, услуг по медицинскому обслуживанию населения, транспортному обеспечению, бытовому обслуживанию, развитию инфраструктуры сферы услуг, оценке системы удовлетворенности количеством и качеством услуг населению регионов, эффективности мер и развитию сферы услуг и уровня доходов населения, обеспечивающего рациональное потребление услуг. Предложена математическая модель расчета уровня обеспеченности населения инфраструктурой услуг и произведена детализация инфраструктуры услуг на услуги, удовлетворяющие социально-бытовые потребности населения

региона; потребности работников предприятий и организаций, создающих услуги и услуги по обеспечению производственных процессов. Произведена также оценка существующих мер по развитию сферы услуг.

1. В работе на основе теоретического и эмпирического анализа проведен анализ организационно-экономического развития стратегии деятельности предприятий сферы услуг. С этой целью разработаны концептуальные положения и принципы функционирования деятельности предприятий сферы услуг, состоящие в акцентации методов и форм инновационной деятельности на потребительском рынке, формировании рыночных трансляций и соглашений с агентами рынка услуг; в укреплении имиджа предприятия-производителя услуг; в процедурном обеспечении программных действий по оказанию услуг в необходимом количестве и качестве; в формировании приоритетов развития сферы услуг и осуществлении гибкой ценовой политики на потребительском рынке.

В стратегии деятельности предприятий обоснована необходимость учета политических, технических, социально-экономических, социально­психологических, правовых, культурных, инфраструктурных факторов и факторов, характеризующих спектр международных отношений. Проведена экспертная оценка и ранжирование степени влияния различных факторов на процесс формирования сферы услуг, соответствующей предъявляемым потребностям на рынке услуг.

В диссертационном исследовании обоснована необходимость учета внутренних факторов развития сферы услуг, среди которых: бюджетирование, расширение прав и экономической ответственности субъектов внутрифирменного управления, планирование внутренних ресурсов, контроль и экономическое стимулирование деятельности по созданию новых услуг, пользующихся спросом на потребительском рынке.

Впервые обоснована необходимость нормативного обеспечения процессов формирования и управления сферой услуг. При разработке нормативов использован функциональный признак их классификации,

позволяющий детализировать нормативы на следующие группы: социально-бытовые услуги; социально-рекреационные услуги; социально­культурные услуги. Определены также условия процесса формирования сферы услуг: не дискретность, а постоянство разработки,

операциональность, конструкционность сферы услуг, возмездность пользования услугами.

В структуре нормативов развития сферы услуг определены предметные нормативы, нормативы размерности и нормативы качества. Предложена методика расчета нормативного значения той или иной услуги.

1. В работе обоснован процессный подход к организации управления деятельностью предприятий в сфере услуг. Используя принцип «прежде чем, что-либо организовать, надо знать что организовываешь», в диссертации раскрыты сущностные характеристики содержания

инновационной деятельности в сфере услуг, ее направленность на рационализацию структурных и функциональных услуг, степени влияния внутренней и внешней среды функционирования предприятий сферы услуг, определены ресурсный потенциал предприятий в разработке качественно новых услуг, соответствующих запросам потребительского рынка. Уточнены также классификационные группы инноваций, используемых в организации инновационной деятельности предприятий сферы услуг: по значимости, по направлению, по длительности жизненного цикла, по глубине изменений, по масштабам распространения, по характеру удовлетворения потребностей, по степени новизны, по времени выхода на потребительский рынок, по причинам возникновения, по предмету применения и т.д.

Значимыми в организации деятельности предприятий сферы услуг являются семь основных признаков: менеджмент, процесс принятия обоснованных решений по развитию сферы услуг, создание современных прототипов, генерирование идей, использование новых знаний о структуре потребностей и механизме их удовлетворения, интегрирование разнородных процессов в создании услуг нового типа.

В работе показано значение определения приоритетов развития сферы услуг и раскрыты методы реализации организационных процессов в управленческой деятельности на основе выявленных приоритетов. К настоящему времени среди приоритетов респонденты выделяют услуги по медицинскому обслуживанию (90,1%), питанию (88,6%), социально­оздоровительному комплексу (75,6%) и т.д.

Важную роль в организационно-управленческой деятельности предприятий сферы услуг играют различного рода информационные и материальные ресурсы. С этой целью в работе определены контуры ресурсного обеспечения в организации функционирования предприятий сферы услуг.