

УДК 331

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ УСЛУГ

Кузнецов Е.Г.

студент направления «Менеджмент»

Поволжский государственный университет сервиса,

г. Тольятти, Россия

Аннотация

Статья посвящена особенностям управления персоналом на малом предприятии. Цель статьи определить основные компетенции по управлению человеческими ресурсами в сфере услуг, которые обеспечат малому бизнесу дополнительные конкурентные преимущества.

Ключевые слова: сфера услуг, малый бизнес, персонал управления, конкурентные преимущества, человеческие ресурсы, методы управления персоналом.

FEATURES OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE FIELD OF SERVICES

Kuznetsov E.G.

student direction "Management"

Volga Region State University of Service,

Togliatti, Russia

Abstract

The article is devoted to human resource management features of a small business. The article aims to identify the main competence in the sphere of services in human resource management, which will provide small businesses a competitive advantage.

Keywords: services, small business, management personnel, competitive advantage, human resources, human resource management practices.

В современной практике изменения в сфере услуг носят либо экстенсивный, либо интенсивный характер. Экстенсивное развитие предполагает изменение объемов товаров и услуг в пределах существующего

потенциала предприятий. Оно характерно для динамично развивающихся рынков услуг, в которых спрос существенно превышает предложение, а потребители услуг предъявляют новые требования к содержанию и качеству услуг. Интенсивное развитие направлено на наращивание потенциала в сфере услуг за счет рационального использования внутренних ресурсов предприятий и является возможным лишь в случае очевидной конкурентоспособности предприятия.

Указанные направления изменений не сопровождаются формированием нового потенциала предприятий сферы услуг, ориентированного на будущие трансформации ценностных ориентаций и предпочтений потребителей, возможные лишь благодаря инновационной деятельности. Последняя обеспечивает предприятиям этой сферы стабильное положение на рынке на протяжении всего жизненного цикла товаров и услуг, гибкое маневрирование в предоставлении услуг потребителям в ситуации неопределенности. По сути, речь идет о постоянно возобновляющемся процессе преобразования сферы услуг.

Этот процесс является, по нашему мнению, многомерным, включающим вопросы стратегического планирования и управления, активизации научных исследований, маркетинга, организационного проектирования сферы услуг, формирования команды исполнителей, деятельность которой носит инновационный характер.

За основу в организации любого предприятия может быть взят промышленный или сервисный принцип. В первом случае важен не работник, а технология, так как главенствует массовый продукт, точность изготовления которого – в обязательном следовании каким-то правилам, предписаниям, нормам. Работник здесь мало заметен и выполняет пассивную роль исполнителя указаний менеджмента. Если в компании придерживаются такой идеологии, то она, как правило, проигрывает в конкурентной борьбе.

Если в основу положен принцип услуг, то на предприятии главенствует работник. Например, в мелкосерийном производстве, где очень большое

разнообразии выпускаемой продукции. Жёсткими технологиями здесь мало чего добьёшься и для повышения конкурентоспособности обязательно необходимо личное участие каждого исполнителя. И если они добросовестны, если у них заинтересованное отношение к делу, соответствующая квалификация и они умеют работать в команде, бизнес будет конкурентоспособен.

Важным направлением повышения конкурентоспособности и создания конкурентных преимуществ предприятия служит использование в бизнесе принципа предельной полезности факторов производства. С точки зрения создания конкурентных преимуществ, производственный аппарат, все подсистемы единой производственной системы должны функционировать в режиме оптимизации факторов и параметров внешней и внутренней среды на основе единства элементов и целостности систем. Увязка научно-технического, технологического, организационного уровня производства с требованиями клиентов создает возможности для предельной полезности факторов производства. В качестве показателей факторов производства используются их стоимостная оценка, производительность, уровень унификации и стандартизации, их структура, новизна, адаптированность к нововведениям, к изменениям окружающей среды.

С этой целью организация инновационной деятельности предприятий, представляющих сферу услуг, должна обеспечивать, во-первых, достижение общего видения предложения услуг на потребительском рынке; во-вторых, определение стратегических приоритетов в преобразовании данной сферы; в-третьих, разработку стратегии деятельности предприятий в длительной перспективе; в-четвертых, создание системы коммуникаций, ориентированной на реализацию услуг; в-пятых, формирование инновационного персонала с определением зон ответственности за результаты работы; в-шестых, внедрение системного контроллинга процессов развития услуг на потребительском рынке [2].

Реализация выделенных направлений, по нашему мнению, создаст условия для расширения рынка услуг, усилит конкурентные позиции и преимущества предприятий сферы услуг.

Опыт управленческого консультирования показывает, что особенности предприятий сферы услуг, их близость к потребителям предъявляют к способностям персонала управления этих предприятий специфические требования:

- внимание к обеспечению надёжности и повышение качества услуг;
- знание и учёт интересов конкретных клиентов;
- стремление принести пользу потребителям, высокая культура сервиса;
- готовность к разработке новых видов услуг и нововведений, благоприятных для потребителей;
- оперативность в предоставлении услуг, при этом имея в виду не только внешних потребителей, но и потребителей результатов труда каждого работника внутри предприятия.

Развитие этих способностей у руководителей и специалистов помогает развивать и другие способности всех трёх уровней: деловых, ценностных и инновационных, что приведёт к повышению эффективности и результативности управления.

Управление на современном предприятии в условиях нестабильного развития внешней и внутренней бизнес среды является той специфической деятельностью, которая помогает эффективно использовать имеющиеся ограниченные ресурсы для достижения поставленных стратегических и тактических целей. Как известно, особенности управленческой деятельности связаны с организацией труда других работников, помогающих принимать и реализовывать соответствующие управленческие решения [3]. В этой связи в управленческую деятельность включаются не только менеджеры разных уровней, но и специалисты, а также технические работники, своевременно и качественно обеспечивающие руководителя необходимой информацией и техническими средствами для выработки и принятия решений. Именно

поэтому необходимо в управленческой деятельности учитывать интересы всех участников данного процесса и соответствующим образом мотивировать их на результативный и творческий труд для эффективного достижения поставленных целей организации.

Таким образом, предметом управленческой деятельности является информация о внешней и внутренней бизнес-среде, а объектом производственная хозяйственная деятельность предприятия или структурного подразделения. Результатом деятельности менеджеров разного уровня являются принятые и реализованные управленческие решения для повышения социально-экономической эффективности объекта управления [2].

Исследования показывают, что на большинстве предприятий сферы услуг управленческие решения принимаются без учёта мнения персонала, обсуждения и разъяснения цели и ожидаемых результатов реализации решений. К тому же многие российские ученые рассматривают управленческую деятельность как обособленный труд руководителя и посвящают свои работы совершенствованию персонального менеджмента. Большое внимание уделяется также документационному обеспечению управленческой деятельности как основному источнику информации для разработки, принятия и эффективной реализации управленческих решений [1].

Успех любого сервисного предприятия в огромной мере зависит от эффективности управления персоналом, включая процедуры найма, отбора, обучения и удержания сотрудников. Сегодня все компании признали, что качество личного сервисного контакта играет важнейшую роль в формировании у клиентов чувства удовлетворения уровнем обслуживания и становится мощным конкурентным преимуществом.

Воссоздать высокопроизводительный персонал намного сложнее, чем какой бы то ни было другой корпоративный ресурс. Чем лучше работники понимают, разделяют и поддерживают основные цели компании; чем шире навыки, необходимые для выполнения их должностных обязанностей; чем слаженнее они работают в команде; чем больше имеют полномочий и

уверенности для использования инициативы при решении проблем, тем легче управлять маркетинговой и операционной функциями компании.

Уникальная особенность человеческих ресурсов в сфере обслуживания заключается в том, что служащие, непосредственно контактирующие с потребителем, рассматриваются как часть товара, поскольку обеспечивают его функциональное качество. Персоналу, непосредственно контактирующему с клиентами, приходится работать над достижением как операционных, так и маркетинговых целей. С одной стороны, он должен помогать «производить» сервисный продукт; с другой – ему нередко приходится заниматься его сбытом. Кроме того, с точки зрения потребителей сервисный персонал часто становится неотъемлемым элементом сервисного контакта. Таким образом, работник компании в сфере услуг может выполнять тройную функцию: одновременно быть специалистом по выполнению той или иной операции, продавцом и частью сервисного продукта.

Такое множество ролей – явление, получившее название «граничный охват», - нередко ведет к ролевым конфликтам среди работников, особенно когда они ощущают себя в одинаковой степени тесно связанными как с клиентами, так и с менеджерами и другими работниками фирмы. Исходя из этого организациями, услуги которых требуют тесного контакта между персоналом и клиентами, управлять намного труднее, чем компаниями с низким уровнем контакта.

Таким образом, из выше изложенного следует, что современному малому и среднему бизнесу сферы обслуживания нужен такой персонал управления, который способствовал бы обеспечению выполнения любого заказа, любых ожиданий клиентов. Речь идёт не только и не столько о расширении технических возможностей предприятия, сколько об усилении заинтересованности в борьбе за потребителя через профессиональное и культурное развитие работников этих предприятий.

Список литературы

1. Кулапина Г.М. Человеческий капитал как главный фактор развития предприятия сервиса. // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2010. № 14. С. 97-101.

2. Маркова, О.В. Формирование инновационного подхода в управлении сферой услуг // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2010. № 1. С. 174-176.

3. Маркова, О.В. Интеллектуальный потенциал предприятия как фактор его конкурентоспособности в современных условиях // Наука - промышленности и сервису. 2010. Т. 1. № 5. С. 367-372.