

S. I. Senashov, N. Yu. Juferova, E. V. Surnina

COST ESTIMATION OF APARTMENTS' INFORMATION SYSTEM AT SECONDARY HOUSING MARKETS AS A MANAGEMENT TOOL FOR INVESTMENTS

Aspects of investments appeal of objects had been studied. The basic estimation methods of the real estate market were analyzed. A method of constructing cost estimation information system of investment objects is offered.

Keywords: investments, information system, modeling, estimation of real estate cost.

© Сенашов С. И., Юферова Н. Ю., Сурнина Е. В., 2009

УДК 82.05.09.007

Т. А. Клименкова

ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ ПОСТРОЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Рассмотрены принципы построения и функционирования системы управления предприятием сферы услуг в условиях рынка. Представлена модель причинно-следственных связей, отражающая влияние управленческого воздействия на бизнес-процессы обеспечения привлекательности услуг предприятия. Приводится методика оценки качества управления предприятием сферы услуг.

Ключевые слова: система управления, услуги, качество, принципы.

Развитие интеграционных процессов в экономике и взаимосвязей между территориями предполагает высокий уровень развития сферы услуг и торговли как связующего звена хозяйственного механизма. Открывающиеся перспективы роста объемов предоставления услуг делают этот сектор весьма привлекательным для инвестиций и приложения предпринимательской активности. Очевидно, выйти на данный рынок и закрепить на нем свои позиции смогут те предприятия, услуги которых будут соответствовать мировым стандартам качества и обладать высокой ценностью для потребителей, выгодой от ее приобретения.

Анализ проблем совершенствования системы управления предприятием сферы услуг показал, что, во-первых, потребностям формирования и развития качества управления по совокупности характеристик в настоящее время не уделяется должного внимания. Во-вторых, существующие подходы к пониманию качества управления предприятием не в полной мере ориентированы на особенности сферы услуг. Как следствие, управление предприятиями сферы услуг зачастую оказывается неспособным обеспечивать получение необходимого результата – услуги, отвечающей требованиям потребителей по всем компонентам. В итоге, при сложившемся высоком уровне конкуренции на потребительском рынке предприятие рискует уменьшить или потерять главное конкурентное преимущество – качество предлагаемых услуг. В-третьих, при оценке и проектировании системы менеджмента предприятия не учитывается влияние качества управления на качество услуг, что не позволяет после преобразования ресурсов в процессе деятельности на выходе получить услугу, востребованную потребителя-

ми как в настоящий момент, так и в стратегической перспективе.

Следует отметить, что большое внимание в научных исследованиях и публикациях уделяется таким областям знаний, как эффективный и конкурентоспособный менеджмент, управление качеством, в то время как о качестве самой системы управления речь ведут лишь отдельные ученые. Рассматривая зависимость качества услуг от характера управленческих процессов, можно отметить, что далеко не все проблемные области получили достаточное отражение в научных исследованиях.

Анализ существующих подходов к совершенствованию менеджмента показал, что они не в полной мере учитывают необходимость развития качества управления как условия повышения качества услуг, уменьшая возможность комплексно проектировать системы управления в разрезе трех измерений: эффективности, конкурентоспособности и качества. Разрабатываемые методические, организационные и экономические подходы к совершенствованию управления предприятием сферы услуг, позволяющие повысить его качество, должны учитывать специфические особенности объекта управления и обеспечивать повышение качества услуг и наиболее полное удовлетворение спроса населения.

Для решения отмеченных выше проблем необходимо разработать теоретические и методические положения по совершенствованию системы управления, более полно учитывающие особенности деятельности предприятий сферы услуг и необходимость повышения качества услуг, предлагаемых на рынке. Это обусловило актуальность выполненного исследования, объектом которого стали предприятия сферы услуг, осуществляющие дея-

тельность в условиях рынка. Предмет исследования – управленческие отношения, возникающие в процессе функционирования и развития предприятия сферы услуг.

Принципы построения и функционирования системы управления предприятием сферы услуг в условиях рынка. Сложившиеся условия развития сферы услуг ставят задачу повышения качества менеджмента при совершенствовании системы управления предприятием, что является главным условием увеличения качества предлагаемых на рынке услуг с учетом изменения потребностей клиентов. Достижение перечисленных выше характеристик качества управления напрямую зависит от того, насколько они интегрируются в деятельность предприятия сферы услуг и закрепляются в правилах работы. Совершенствование управления предприятием сферы услуг и развитие его качества обеспечивается реализацией принципов менеджмента, раскрывающих его специфику.

Обобщение существующих принципов управления [1; 2], а также эффективного, конкурентоспособного менеджмента в экономике услуг позволило выделить наиболее актуальные из них в современных условиях хозяйствования, исходя из необходимости построения управления, обладающего названными характеристиками качества.

Принимая во внимание специфику деятельности предприятий сферы услуг, характер влияния различных факторов на качество услуг, дальнейший анализ позволил сформулировать специальные принципы, относящиеся к рассматриваемому понятию качества управления предприятием сферы услуг и направленные на обеспечение заданного качества услуг:

1. Принцип сбалансированности совершенствования системы управления. Согласование изменений в управлении предприятием сферы услуг по параметрам качества, эффективности и конкурентоспособности.

2. Принцип синхронности перемен. Согласование скорости внешних и внутренних перемен, готовность к изменениям. Предполагает прогнозирование изменений на рынке потребительских услуг, выявление новых направлений, проведение своевременных корректировок, включая отказ от бесперспективных видов деятельности, преодоление стереотипов мышления.

3. Принцип распознавания и обогащения средств воздействия в соответствии с изменениями запросов клиентов. Включает необходимость учета особенностей и компонентов услуги как результата деятельности и управления, их взаимосвязей при проектировании технологий управления, а также наиболее полное использование коммуникаций с потребителем услуг (поскольку оказание услуги и ее потребление связаны между собой, а чаще всего происходят одновременно).

Представленные принципы являются дополнением к существующим правилам построения и функционирования системы управления предприятием сферы услуг, что открывает новые возможности совершенствования технологий менеджмента по предложенным характеристикам его качества, предусматривая учет и воздействие на факторы качества услуг.

Модель причинно-следственных связей, отражающая влияние управленческого воздействия на бизнес-

процессы обеспечения привлекательности услуг предприятия. Характер, направление и сила управленческого воздействия влияет на создание базы для реализации рыночной стратегии и достижение предприятием поставленных целей. Часто стратегия не осуществляется потому, что управление не может должным образом сформировать имеющийся потенциал для реализации стратегических задач. В особенности это относится к повышению качества услуг.

Обеспечение системой управления повышения качества услуг опосредовано через воздействие на внутренние бизнес-процессы. Совершенствование управления по характеристикам его качества влияет на финансовые результаты через цепь причинно-следственных связей (рис. 1).

Особое значение управленческие преобразования приобретают при достижении их соответствия рыночной стратегии предприятия.

Вместе с тем, совершенствование управления преимущественно имеет для организации потенциальную, но не рыночную стоимость. Внутренние процессы, такие как управление персоналом, обеспечение ресурсами, организация продажи услуг, необходимы, чтобы трансформировать потенциальную стоимость совершенствования качества управления в качество услуг, повышение объемов продаж [3]. Для этого они должны быть направлены на предложение потребительной ценности клиенту или финансовые улучшения.

Предложение услуг, отвечающих требованиям потребителей по всем компонентам, в данном случае – условие, при котором качество управления создает качество услуг. Постоянное соответствие действий и возможностей предложению потребительной ценности клиентам является решающим фактором воплощения стратегии в жизнь.

Цели повышения качества услуг и качества управления связаны друг с другом причинно-следственными отношениями. Финансовые результаты могут быть получены только в том случае, если удовлетворена целевая группа клиентов. Предложение потребительной ценности клиентам описывает, как увеличить продажи и завоевать лояльность целевых клиентов. Внутренние процессы создают и предоставляют клиенту это предложение. И наконец, система управления осуществляет воздействие на внутренние процессы и факторы качества услуг, интегрируя все составляющие в рамках реализуемой рыночной стратегии.

Таким образом, представленная модель является вспомогательным инструментом разработки программ достижения необходимого уровня качества услуг для потребителей. Построение системы управления, обладающей характеристиками качества, создает необходимые предпосылки для успешной реализации стратегических изменений в организации сферы услуг, переводящих ее в такое состояние, в котором она будет готова к проведению стратегии в жизнь.

Методика оценки качества управления предприятием сферы услуг. Формирование характеристик качества управления предприятием сферы услуг должно основываться на специальной диагностике состояния системы

управления, ее воздействия на факторы качества услуг, что обуславливает потребность разработки соответствующей методики оценки (рис. 2).

Оценка качества управления предприятием сферы услуг должна проводиться по двум направлениям:

- оценка наличия и степени проявления характеристик качества управления – ориентация на будущее, лидерство руководства, инновационность, вовлеченность персонала, внимание к процессам, воспроизводство знаний, способность к переменам;
- оценка способности обеспечения результата для потребителей по компонентам услуги – материальная составляющая, стоимость (цена), время и условия оказания, информационное сопровождение, имидж фирмы и непосредственное обслуживание.

Для этого предлагается составить соответствующие матрицы:

1. Матрицу анализа характеристик качества управления: по строкам указываются элементы системы управления, а в столбцах – характеристики качества управления.

2. Матрицу анализа способности обеспечивать результат для потребителей: по строкам указываются элементы системы управления, а в столбцах – компоненты услуги как результата управления.

В полях матриц формируется общая оценка по двум показателям (рис. 2), каждый из которых составляет 0,5 балла.

Количество исследуемых элементов управления как системы определяется целями оценки.

По строкам матриц подсчитывается общее количество баллов, которое набрал конкретный элемент системы управления при оценке свойств (Эс) и результатов управления (Эр).

На основе полученных экспертных оценок проводится расчет коэффициентов качества управления.

Коэффициенты характеристик управления (КУс):

1. По элементам системы управления:

$$КУс_i = \frac{Эс_i}{7};$$

где Эс – общее количество баллов, которое набрал конкретный элемент системы управления при оценке характеристик качества.

2. В целом для системы управления

$$\overline{КУс} = \frac{\sum_{i=1}^n КУс_i}{n}.$$

Коэффициенты показывают, в какой степени обладают элементы системы управления характеристиками качества.

Коэффициенты способности управления обеспечить получение результата, отвечающего требованиям рынка (КУр):

1. По элементам системы управления:

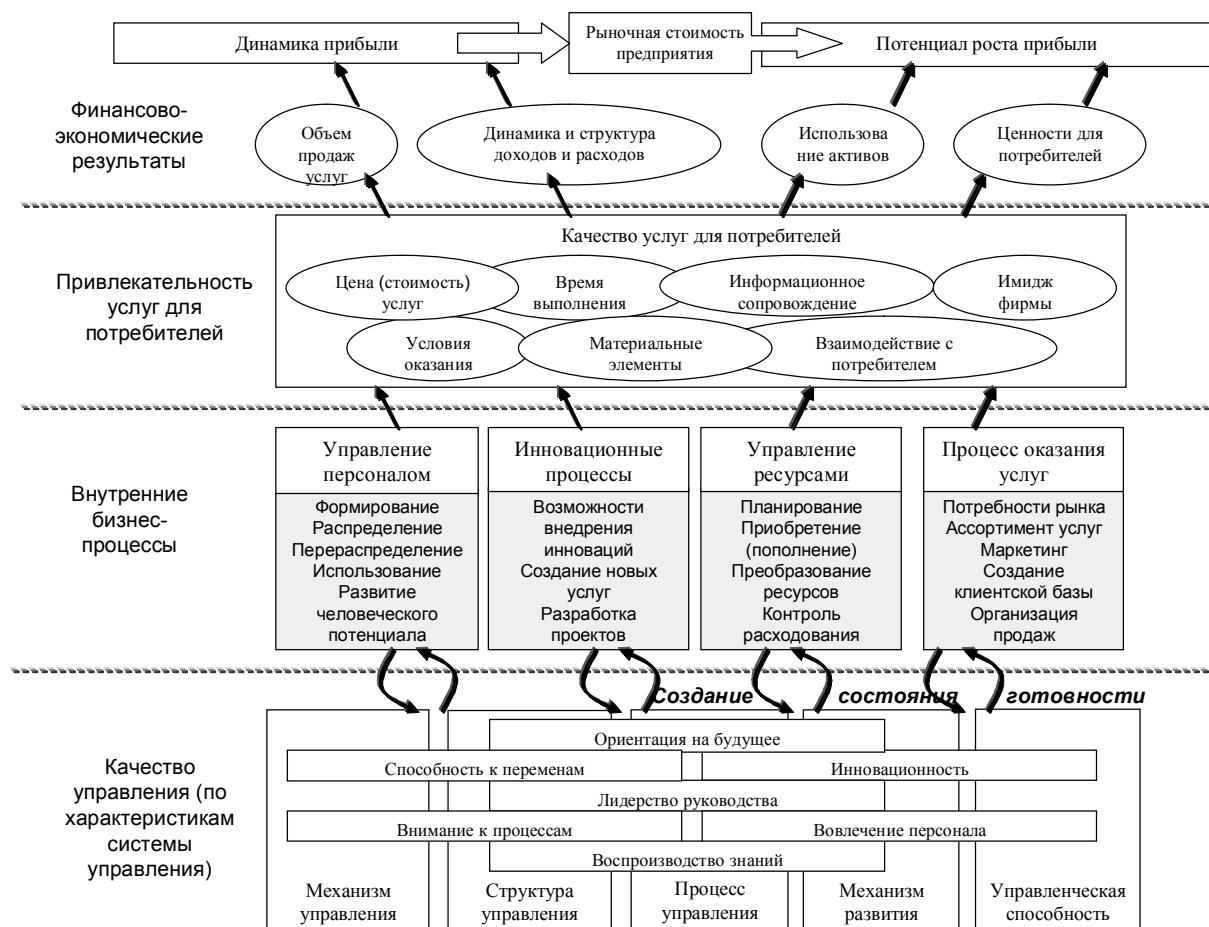


Рис. 1. Модель причинно-следственных связей, отражающая влияние управленческого воздействия на бизнес-процессы обеспечения привлекательности услуг предприятия

$$КУр_i = \frac{\mathcal{E}р_i}{7};$$

где $\mathcal{E}р$ – общее количество баллов, которое набрал конкретный элемент системы управления при оценке способности менеджмента обеспечивать нужный результат.

2. В целом для системы управления:

$$\overline{КУр} = \frac{\sum_{i=1}^n КУр_i}{n}.$$

Коэффициенты представляют, насколько действие элементов управления как системы приводит к получению результата – по составляющим услуги.

Коэффициент качества управления, который формирует общую оценку по элементам и в целом для системы управления:

1. По элементам системы управления:

$$ККУ_i = \frac{КУс_i + КУр_i}{2}.$$

2. В целом для системы управления:

$$ККУ = \frac{\overline{КУс} + \overline{КУр}}{2}.$$

Изменение структуры и динамики коэффициента качества управления свидетельствует о положительных (при увеличении до 1) либо отрицательных колебаниях во внутренних процессах деятельности предприятия.

Таким образом, представленная методика интегрирует в себе существующие способы диагностики, отражает пос-

ледовательность исследования, взаимосвязь этапов, значение каждого из них. Это позволяет осуществлять мониторинг деятельности, оценку отдельных процессов и проектов, выявить проблемы в управлении, приводящие к изменению качества услуг и экономических результатов работы предприятия. В результате формируется информация, имеющая высокую значимость для разработки и контроля исполнения проектов и стратегии развития фирмы на рынке услуг, измерения целей по совершенствованию управления. Можно заключить, что данный вариант методики может войти в состав основных аналитических инструментов предприятия [4], используемых при выборе и проектировании управленческих технологий. Представленные оценочные показатели могут быть использованы при выявлении потребностей стратегических изменений в управлении предприятием сферы услуг, а также для внутреннего аудита менеджмента, включая функциональные области.

Применение в деятельности и управлении предприятиями сферы услуг представленных методических положений в области качества управления, функционирование и развитие системы управления в соответствии с принципами и характеристиками качества формируют управленческое воздействие таким образом, что оказывается влияние на повышение качества услуг и улучшение финансово-экономических результатов деятельности предприятия на рынке.

Применение в комплексной оценке деятельности предприятия сферы услуг показателей оценки качества управления дает возможность повысить точность и эффек-

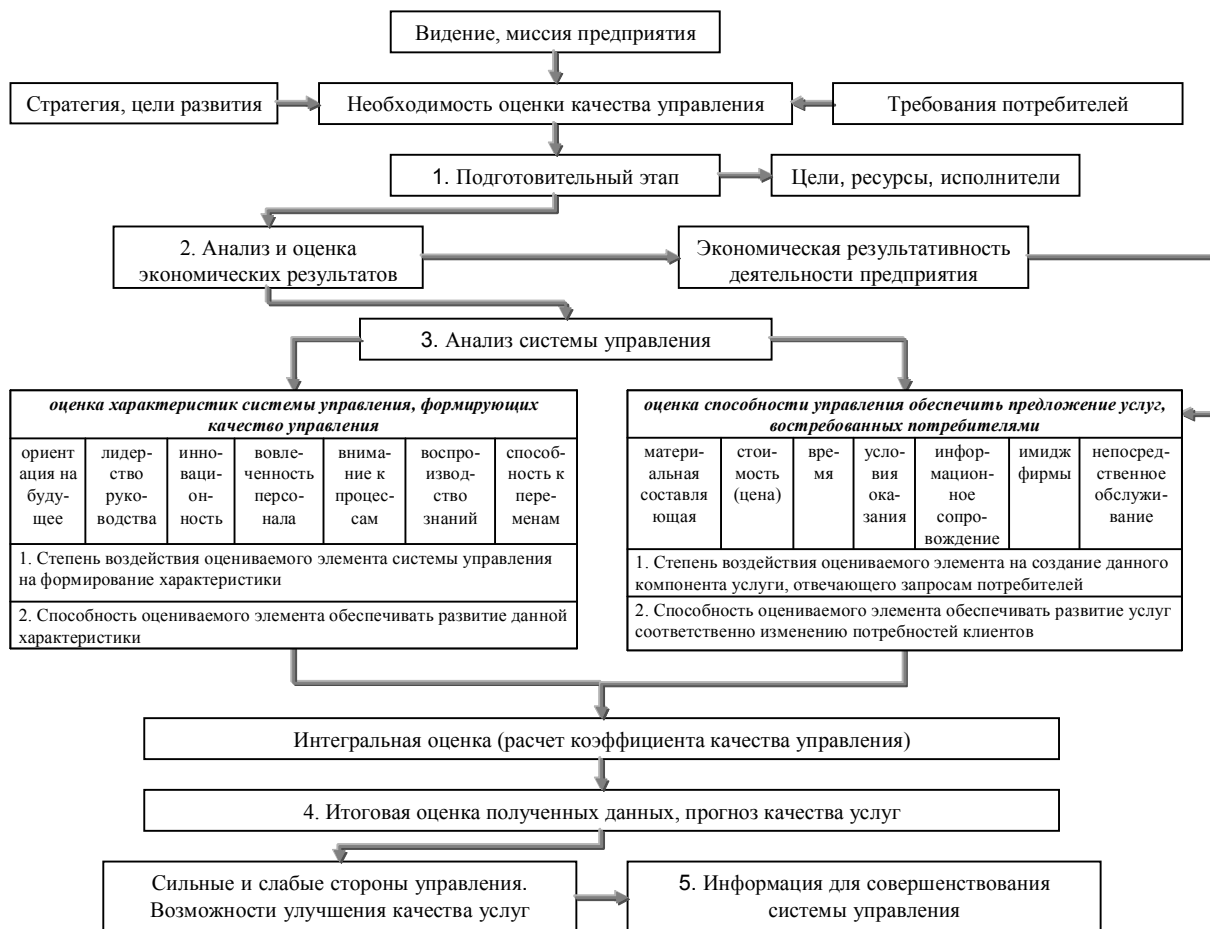


Рис. 2. Этапы методики оценки качества управления предприятием сферы услуг

тивность целеполагания, стратегического планирования и контроля в области совершенствования системы менеджмента.

Библиографический список

1. Коротков, Э. М. Генезис менеджмента / Э. М. Коротков, Е. Кузьмина // Проблемы теории и практики управления. 2006. № 1. С. 40–47.
2. Peters, T. J. Re-imagine! Business Excellence in a Disruptive Age / T. J. Peters. New York : DK ADULT, 2003.
3. Norton, D. P. Balanced Scorecard [Электронный ресурс] / D. P. Norton, R. S. Kaplan. Режим доступа: <http://www.bscol.com>. Загл. с экрана.
4. Панфилова, Е. Е. Современные подходы к оценке качества и эффективности корпоративного управления / Е. Е. Панфилова // Менеджмент сегодня. 2006. № 1. С. 38–48.

T. A. Klimenkova

PRINCIPLES AND METHODS OF CONSTRUCTION AND FUNCTIONING OF SERVICE ENTERPRISE'S MANAGEMENT SYSTEM IN MARKET CONDOTOINS

It is covered principles of construction and functioning of management system by the enterprise of service sphere in conditions of the market. The model of relationships between causes and effects, reflecting influence the administrative actions on business-processes, that maintenances the appeal of firm's services is presented. The technique of estimation of quality of management system by the service firm is resulted.

Keywords: management system, services, quality, principles.

© Клименкова Т. А., 2009