

Шабельник Тетяна Володимирівна
Shabelnyk Tetiana
д.е.н., професор,
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
Tanya.shabelnik17@gmail.com
Нагла Марія Вадимівна
Mariia Nahla
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
mariia.nahla@hneu.net

СИНТЕЗ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ

Анотація. Зроблено аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства сфери послуг. Досліджено основні бізнес-процеси підприємства сфери послуг. Побудовано організаційну схему інформаційних потоків бізнес-процесів управління підприємства сфери послуг, яка враховує взаємозв'язок внутрішнього та зовнішнього середовища з бізнес-процесами управління.

Основним завданням системи управління підприємством сфери послуг є організація функціонування бізнес-процесів таким чином, щоб максимізувати якість надаваних послуг та прибуток та забезпечити конкурентоспроможний бізнес на ринку сфери послуг [1].

Зовнішнє організаційне середовище містить елементи, які знаходяться за межами організації, але мають на неї суттєвий вплив. Загальною рисою факторів зовнішнього середовища є не контрольованість їх з боку підприємства, оскільки вони не залежать від нього [2, 3]. Внутрішнє середовище підприємства являє собою сукупність чинників, що створюються і контролюються системою управління, визначається внутрішніми змінними, тобто ситуаційними факторами всередині підприємства [2, 3].

Зовнішнє середовище підприємства сфери послуг представлено клієнтами, конкурентами, постачальниками матеріальних ресурсів, фінансовими

установами та органами державного управління. Внутрішнє середовище салону краси підприємства сфери послуг представлено керівництвом, відділом постачання, відділом маркетингу, бухгалтерською службою, професійно-кваліфікованими працівниками.

Внутрішнє середовище представлено вищим керівництвом, відділом постачання, відділом маркетингу, бухгалтерською службою, професійно-кваліфікаційними працівниками, на основі інформації, що отримано із вхідних інформаційних потоків, здійснює управлінські впливи на бізнес-процеси управління підприємством сфери послуг.

На основі дослідження динаміки зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства сфери послуг побудовано схему інформаційних потоків бізнес-процесів управління (рис. 1).



Рис. 1. Бізнес-процеси управління підприємством сфери послуг

Управлінські впливи формуються з урахуванням наступних інформаційних даних: тенденція основних показників ринку послуг; тенденція у частці ринку, яку займають конкуренти; критерії якості обслуговування; вимоги клієнтів щодо ціни; динаміка інновацій на ринку послуг; звіти, про якість та

рівень сервісного обслуговування клієнтів; дані про переваги, які важливі для клієнтів підприємства; динаміка потреб у поповненні запасів матеріальних ресурсів; звітність, щодо ефективного використання фінансових та матеріальних ресурсів; законодавча та нормативна інформація ринку послуг.

Зовнішнє середовище підприємства сфери послуг, яке представлено клієнтами, конкурентами, постачальниками матеріальних ресурсів, фінансовими установами та органами державного управління, формує вхідний інформаційний потік, щодо динаміки ключових показників ринку послуг до бізнес-процесу маркетингових досліджень ринку послуг.

Цей бізнес-процес генерує вхідні інформаційні потоки, щодо тенденції у частці ринку, яку займають конкуренти, критерії якості обслуговування, які клієнти очікують отримати та вимоги клієнтів щодо ціни на ринку послуг до бізнес-процесу формування та управління послугами. Також цей же бізнес-процес формує звіти, щодо динаміки інновацій на ринку послуг до керівництва підприємства.

Бізнес-процес «Формування та управління послугами» формує дані про переваги, які важливі для клієнтів підприємства до бізнес-процесу ведення клієнтської бази. А також, формує звіти, щодо якості та рівня сервісного обслуговування клієнтів для керівників підрозділів підприємства

В свою чергу бізнес-процес «Ведення клієнтської бази» генерує вхідний інформаційний потік, щодо динаміки потреб у поповненні запасів матеріальних ресурсів до бізнес-процесу управління фінансовими та матеріальними ресурсами та формує звіти, щодо аналізу клієнтської бази для керівників підрозділів підприємства.

Бізнес-процес «Управління фінансовими та матеріальними ресурсами» формує інформацію для керівництва підприємства, щодо ефективного використання фінансових та матеріальних ресурсів.

До бізнес-процесів управління підприємством сфери послуг від органів державного регулювання ринку послуг надходить нормативна та законодавча інформація у виді законів, нормативних актів, постанов та документів.

Література:

1. Шабельник Т. В. Маркетинго-орієнтоване управління фармацевтичним підприємством: моделі та методи : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2015. 312 с.
2. Шабельник Т. В. Математичне моделювання соціально-економічних систем: навч. посіб. / Т. В. Шабельник; Маріупольський державний університет, кафедра математичних методів та системного аналізу. – Маріуполь: МДУ, 2019. – 135 с.
3. Данилюк Т. І. Формування системи управління маркетингом на підприємствах сфери послуг для організації маркетингових досліджень. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/153580097.pdf>