

«Сейфуллин оқулары-14: Жастар, ғылым, инновациялар: цифрландыру – жаңа даму кезеңі» атты Республикалық ғылыми-теориялық = **Материалы** Республиканской научно-теоретической конференции «Сейфуллинские чтения-14: Молодежь, наука, инновации: цифровизация – новый этап развития». - 2018. - Т.1,Ч.4. - С. 32-36

СЕРВИСТІ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ СИПАТЫ ЖӘНЕ БАСҚАРУДАҒЫ ҰЙЫМДАСТЫРУШЫЛЫҚ МОДЕЛІ

Алпамыс F.

Сервис – бұл халыққа қызмет көрсету немесе оларға қызмет ұсыну. Сервисті жүзеге асыру қызмет көрсету сферасы арқылы іске асады. Оның неғұрлым дамыған компонентті – қызмет көрсету сферасы арқылы жүзеге асырылады [1].

Сервистің негізгі функциялары мыналар болып табылады:

- a) жеке талғамдары мен сұраныстарына сәйкес материалдық және материалдық емес игіліктерді тұтынушыға дейін жеткізу;
- b) бос уақытты көбейтуге мүмкіндік туғызу және оны тиімді пайдалану;
- c) тұрмыс, демалыс және бос уақыт үшін жағдай жасау;

Сервис ұйымы өзінің сатып алушыларына қызмет көрсету үшін жұмыс істейді. Бұл олардың бағдарламаларының және саясаттарының негізгі миссиясы болып табылады.

Сервис саласындағы жұмыскерлер еңбегі, негізінен, еңбектің және кооперациялық белгілерінің барлығы анық қалыптасқан шығармашылық сипатта жүреді. Сондықтан да технология және еңбек ұжымы өзара байланыста болып, өндіріс ұйымының рөлі тұтынушыға қызмет көрсетуде жоғары рөл атқарады. Бұл процесс ұйымның сыртқы динамикалық және түрлі сипаттағы әсеріне байланысты күшейіп отырады. Осыған байланысты қызмет көрсетудің түрлері ғылыми-техникалық прогрестің қарқыны сияқты жыылдам өсуде. Сервис саласындағы ұйымдар үшін нарықтық типтегі ұйымдастырушылық моделді қалыптастыру күрделі міндет болып табылады, себебі ұйымның бәсекелестік позициясын күшейтуге, пайда әкелуге және тұтынушыларға жоғары сапалы қызметтер көрсетуге әсер етеді[2].

Қызмет көрсетудің ұйымдастырушылық моделін жасау, тұтынушыларға қызмет көрсетуді ұйымдастыру жағдайы мен сипатына әсер ететін нақты факторлар мен шарттарға негізделеді. Қызмет көрсетудің ұйымдастырушылық моделінің түсінігі экономикалық мазмұны бойынша нақтылауды талап етеді.

Қызмет көрсетудің ұйымдастырушылық моделі дегеніміз ол тұтынушыларға қызмет көрсетудің анықталған түрі және соған негізделген өндіріс ұйымының қызметі. Тұтынушыларға қызмет көрсетудің ұйымдастырушылық моделінің маңызды сипаттамалары:

- қызмет көрсетуді ұйымдастыру типі;
- қабылданған стратегияның ерекшелігі;

- басты ұйымдастырулық міндет.

Қызмет көрсету моделінің мәні, тұтынушылар жүйесі мен сатушылар жүйесінің өзара түсіністік процесінде қызметтің пайда болатындығын білдіреді. Сондықтан да, қызметті өндіру, оны жеткізу және тұтыну бір уақытта жүзеге асады.

Нарықтық типтегі қызмет көрсетуді ұйымдастыру моделін қалыптастыру келесі ұстанымдар (позиция) негізінде қалыптасады:

1) тұрғындарға жоғары сапалы қызмет көрсету және жоғары сапалы қызмет сервис саласындағы кәсіпоріндердің бәсекеге қабілеттіліктерін арттыратын факторлар болып табылады;

2) қызмет көрсету сапасы және сервис – тұрғындарға қызмет көрсетуді ұйымдастыру сапасына әсер ететін маңызды ұғымдар;

3) қызмет көрсету сапасы – қызмет көрсету процесі мен қызметті ұсыну процесіндегі дербес қажеттіліктерді қанағаттандыруға әсер ететін тұрмыстық сипаттағы қызметтердің тұтынушылық қасиеттерінің жиынтығы;

4) тұрғындарға қызмет көрсетуді ұйымдастыру және қызметті өндіруді ұйымдастыру қызметтің сапасына әсер етеді;

5) қызмет сапасын басқарудың құраушылары қызмет көрсету моделін ұйымдастыруда қарастырылу керек, олар: сапаны басқару процесін жоспарлау; қызметті таратушылардың міндеттерін бөлу; нормаивтік-техникалық құжаттарды бекіту; тұтынушылардың қанағаттану дәрежесін есептеу мен бағалау;

6) нормативті-техникалық құжаттарды дайындау кезінде сапа менеджменті стандарттарын ұстану қажет [3].

Басқару – адамдардың кәсіптік қызметі. Бұл қызметтің мән мазмұнын айқындау үшін оның анықтамасынан бастайық. Басқару – бұл ұжымдағы адамдарға және жекелеген адамдарға, олардың бірлескен (еңбек) жұмыс процесінде мақсатты жүйелі ықпал ету.

Басқару функциясы – басқару қызметінің нақты түрі, оны жүзеге асыру үшін арнайы амалдар мен әдістер, сондай-ақ тиісті ұйымдық жұмыстар қолданылады. Сонымен басқарудың негізгі функцияларына келетін болсақ, олар: жоспарлаудан, ұйымдастырудан, мотивация және бақылаудан тұрады.

Жоспарлау функциясы – ұйымның мақсаты қандай болуы кеек және алға қойған мақсатқа қол жеткізу үшін ұйым мүшелері не істеу керек, соны анықтайды. Жоспарлау процесі ұйымның деңгейлеріне сәйкес жүргізіледі.

Жоспарлаудың негізгі мақсаты – болашақ мүмкіндіктерін тауып, оларды пайдалану бойынша іс-әрекеттерді ұйымдастыру. Жоспарлау процесінде келесі шешімдер қабылданады:

- ұйымның қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді стратегияларын таңдау;
- қойылған мақсаттарды жүзеге асыруға көметесетін немесе қауіпті жағдайларды жеңіп шығатын ұйғарымды бағыт пен іс-қимылдарын тудыру;
- бақылау жүргізу үшін шұғыл қызметтердің стандарттарын қалыптастыру;
- өзгеріп жатқан жағдайда ертерек белгіленген жоспарларды қайта қарау.

Ұйымдастыру функциясы – бұл ұйымның барлық бөлімшелері арасында тұрақты және уақытша өзара қарым-қатынастарды орнатуға, ішкі тәртіпті және оның шарттарын анықтауға негізделген. Жоспарлау және ұйымдастыру функциялары бір-бірімен тығыз байланысты. Жоспарлау ұйымның мақсатын жүзеге асыру үшін негіз болса, ал ұйымдастыру басқару функциясы ретінде жұмысшы құрылымын құрады. Ұйымдастыру функциясын орындау процесінде жетекшілікке алынатын бірқатар принциптер бар: жоспарлау барысында анықталған фирма мақсатын анықтау және детельдарға бөлу;

- 1) осы мақсаттарға қол жеткізу бойынша қызмет түрлерін анықтау;
- 2) міндеттерді жеке адамдарға тапсыру және оларды басқарылатын жұмыс бөлімшелеріне біріктіру;

- 3) өзара қарым-қатынастарды орната отырып және кім жетекшілік ететінін анықтай отырып әрбір топқа тапсырылған әртүрлі қызмет түрлерін координациялау, яғни топтың әрбір мүшесі не істеу керектігін, жұмыстың орындалу мерзімін және жетекшінің кім екендігін білуі керек;

- 4) мақсаттың бірлігі – ұйымның әрбір мүшесі жалпы мақсатқа жұмыс істеуі керек;

- 5) бақылау құлашы-әрбір менеджер өздері басқаратын топтағы қызметкерлер санына жауап беруі керек.

Мотивация функциясы – адамдардың іс-әрекетінің әрқашан мотивациясы бар. Ол бар күшін сала үлкен энтузиазммен еңбек етуі мүмкін немесе жұмыстан қашуы мүмкін. Мотивация – бұл ұйым мақсаты мен жеке мақсаттарына қол жеткізуі үшін өзін және басқаларды қызмет етуге ұйытқы болу процесі. Менеджер қызметкерлерді жұмысқа көңілі толып қанағаттану және өз еңбегінің жемісіне масаттану жұмысшыларға мақсат сезімін қалыптастырады. Өз ісінде өзін толық көрсетуге адамның ұмтылыуы сөзсіз. Еңбекті ұйымдастыру мен басқару қызметкерлерге осындай мүмкіндікті беретін болса, олардың еңбегінің тиімділігін және еңбек мотиві де жоғары болады.

Қызметкерлерді ынталандыру – бұл оларға еңбек процесінде өздерін толық көрсетуге мүмкіндік береді. Қызметкердің жұмыс істеу деңгейі оның қабілеттілігі және ынталылығынан туындайтын функция. Біріншісі, оның не істей алатынын анықтаса, екіншісі – ол не істегісі келетінін анықтайды.

Басқарушы үшін ынталандыру қажеттілігі адамдардың дұрыс немесе теріс реакциясының пайда болуына байланысты мәселе. Егер де осы қойылған сұраққа жауап оң болса, өндіріс жоғарылайды, ал теріс болған жағдайда өндіріс ыдырайды. Басқарушының тұрақты мақсаттарының бірі – өнімділікті және орындаушылар жұмысының тиімділігін өсіру болып табылады. Тиімділікті өсірудің шегі бар, еңбек бірлігінің құндылығын үнемдеуге әрбір қызметкерге шаққандағы өнімді арттыру арқылы жетуге болады. Егер кімде кім ұйымдағы нақты жұмысын орындамаса, онда тіптен ойдағыдай жасалған жоспардың және ұйымның неғұрлым жетілдірілген құрылымның ешқандай мәні болмайды. Сондықтан да мотивацияның міндеті сол, ұйым мүшелері өздеріне бекітілген міндеттерді жоспарға сәйкес орындау.

Бақылау функциясы. Сонымен, ұйымның жоспары жасалды, оның құрылымы түзелді, жұмыс орындары толықтырылды және қызметкерлердің мінез-құлық мотивтері анықталды. Басқару функциясына қосылатын тағы бір компонент қалды – бұл бақылау. Бақылау – бұл жалпы алғанда нақты қол жеткізген нәтижелерді жоспарланған көрсеткіштермен салыстыру.

Бақылауды ұйымдастыру қазіргі замандағы басқарудың күрделі мәселесі болып табылады, өйткені бақылау функциясы көбіне тікелей басшылардың мойнында бұрынғыша қалып отыр. Американдық басқару әдебиеттерінде әкімшілік және басқарушылық бақылау деп ажыратылады. Егер әкімшілік бақылау күнделікті операцияларды бақылап, қайталана беретін және автоматтандыруға оңай көнетін болса, басқарушылық бақылау мақсаттарға жету барысында ресурстарды тиімді пайдалануға бағытталған, шешім қабылдау және саясатты жасау құралы болып саналады. Басқарушылық бақылау ұйым жұмысының тиімділігін көрсететін және стратегиялық шешімдерді түзету, күнделікті қызметті реттеу туралы сапалы ақпарат беру керек. Ол болашақта көптеген ішкі және сыртқы материалдық, қаржылық және еңбек ресурстарын пайдалану тиімділігін талдауды қамтиды. Бұл жерде сандық көрсеткіштен басқа да бағалау қажет, басқаша айтқанда санмен сипаттана алмайтын факторларды ескеру қажет.

Ұйым қызметін таңдау және бағалау басқарудағы ең күрделі мәселердің бірі деп саналады. Әртүрлі учаскелерге және басшыларға қазіргі жағдайда өте дәл және орынды баға беру – тиімді басқарудың басты шарты болып табылады.

Сонымен, басқарушылық бақылаудың тиімділігі ұйым тіршілігінде ең маңызды рөл атқарды. Басқарушылық бақылау алға қойылған мақсаттарға детуді қамтамасыз етуден тұрады, ақпараттың бағытын ұйымдастыру арқылы орындап тұрады. Бақылау әртүрлі бөлімшелер жұмыстарының нәтижесі туралы ақпаратты жинап, өңдеп, баға береді.

Сыртқы ортаны талдау процесс болып саналады, сол арқылы стратегиялық жоспарды жасаушылар ұйым тарапынан тысқары факторларды бақылап, фирмаға төнетін қауіп-қатер мүмкіндігін анықтайды.

Экономикалық факторлар. Бұлардың ішінде: инфляция немесе дефляция қарқыны, жұмыс бастылық деңгейі, халықаралық төлем балансы, салық ставкасы. Осы факторлардың әрқайсысы фирмаға қауіп-қатер төндіруі, немесе жаңа мүмкіндіктер беруі мүмкін.

Саяси факторлар. Бизнес пен кәсіпкер фирмалары жетекшілерінің саяси процеске белсене қатысуы ұйым үшін мемлекеттік саясаттың маңызды екендігін көрсетеді.

Нарықтық факторлар. Өзгермелі нарықтық сыртқы орта тұрақты талдау объектісі болып саналады. Нарықтық сыртқы ортаның факторлары алуан түрлі, оған жататындар: сыртқы демографиялық жағдайдың өзгеруі, әр түрлі бұйымдардың өмірлік циклына нарыққа енудің жеңілдігі, халық табысының бөлінуі және саладағы бәсеке деңгейі.

Технологиялық факторлар. Сыртқы ортаның технологиясын талдау өндіріс технологиясындағы өзгерістерді ескеруге мүмкіндік береді.

Халықаралық факторлар. Көпшілік ірі фирмалар мен мыңдаған ұсақ компаниялар халықаралық рынокта жұмыс істейді.

Осыған орай біршама кең ортадағы өзгерістерді тұрақты бақылап, бағалап отыруы қажет.

Бәсеке факторлары. Бәсекелесушілерді талдауға төрт диагностикалық элемент қатысады:

1. бәсекелесушілердің болашақ мақсатын талдау
2. бәсекелесушілердің ағымдағы стратегиясын бағалау
3. бәсекелесушілерге қатысты саланың, сонда жұмыс істейтін компанияның алғышарттарын шолу
4. бәсекелесушілердің күшті және осал жақтарын мұқият зерттеу.

Әлеуметтік мінез-құлық факторлары. Бұл факторларға қоғамның өзгермелі үміті, қарым-қатынасы мен әдет-ғұрпы жатады. Ұйым үшін көбінесе әлеуметтік фактор, проблеманы туғызады. Сыртқы ортаны талдау арқылы ұйым болатын қауіп-қатерлерді пайымдап, соған қарсы күні бұрын әрекет ете алады. Жүргізілген талдаудан кейін басшы ұйымның күшті және осал жақтарына баға береді. Жоспарды ойдағыдай жүзеге асыру үшін басшы ұйымның ішкі мүмкіндіктері мен кемшіліктері туралы, сондай-ақ сыртқы проблемалар хақында толық хабардар болуы тиіс.

Ішкі ортаны бағалау және талдау. Фирманың ішкі мүмкіндіктерді игере алатындығын, ал сыртқы мүмкіндіктерді пайдалана білетіндігін, сондай-ақ өзіндегі әлсіз тұстарын айыра алуын анықтаудың зор маңызы бар. Процестер көмегімен ішкі проблемалар диагнозын жүзеге асыруды басқарушының тексеруі деп атайды [4].

Қорытындылай келе, айтарым, сервис саласындағы ұйымдарының басқару қызметінің ұйымдастырылуын жетілдіру үшін басқару құрылымын қалыптастырудағы тиімді бағыттарды қолдану мен ұйымдағы тұтынушылардың сұраныстарын қанағаттандыру және ұсыныстарын зерттеу арқылы жүзеге асырылады. Сервис саласындағы ұйымдардың жұмыс жасау қабілеттілігі – көрсетілетін қызмет сапасына, қызмет көрсету жағдайына, қызметкерлердің біліктілігі жоғары болуына яғни өз жұмыстарына қызығушылықпен танытуға байланысты.

Әдебиеттер тізімі

1. Интернет желісі: <https://kk.wikipedia.org/wiki/>
2. Интернет желісі: <http://bigox.kz/servistik-kyzmettin-tabigaty-men-sipaty/>
3. Жолдасбеков А.А., Г.М., Жолдасбекова Б.А. Әлеуметтік – мәдени қызмет көрсету менеджменті. Шымкент., 2012-164 бет.
4. Интернет желісі: <https://studopedia.org/1-37609.html>
5. <http://wos-scopus.com/publikacija-v-web-of-science/>
6. <http://123mi.ru/articles/Base-thomson-reuters/>
7. <http://wokinfo.com/russian>
8. <https://forms.thomson-reuters.com/>
9. Boxall, P.F. The Strategic HRM Debate and the Resource – Based View of the Firm / R.F.Boxall // Human Resource Management Journal.-1996.-Vol.6.-№3.- Pp.59-75