

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ НЕФТЕДОБЫЧИ

© 2010 Д.В. Чернова, Ю.М. Логинов*

Ключевые слова: производственный сервис, результативность, инновационность, алгоритмизация, конкурентный статус, платежеспособный спрос, системный подход.

Обосновывается необходимость применения системного подхода к управлению производственным сервисом. Рассматриваются возможности повышения эффективности функционирования системы производственного сервиса путем формирования оптимального уровня ее инновационности.

Процесс оказания производственных услуг представляет собой сложную систему, в которой имеется комплекс ключевых элементов, внутренних и внешних связей, существенным образом влияющих на результаты ее функционирования. При этом цели каждого из ключевых элементов обуславливаются общим предназначением системы.

В данной связи наиболее приемлемой формой приложения теории познания и диалектики к исследованию процесса оказания производственных услуг является системный подход. Особенность данного подхода - способность быть не столько методом решения задач, сколько методом их постановки, что определяет его качественно более высокий уровень в сравнении с просто предметным способом познания. Применение системного подхода позволяет создать структурированную последовательность действий, охватывающую процесс реализации производственных услуг с учетом выявленных закономерностей и взаимосвязей. В результате возникает возможность комплексной оценки производственно-хозяйственной деятельности сервисного предприятия и деятельности его системы управления на уровне конкретных характеристик, что способствует наиболее эффективной организации процесса принятия управленческих решений на всех уровнях рассматриваемой системы.

При этом важно принять во внимание тот факт, что в экономической науке принципы системного подхода внедряются преимущественно в рамках решения задач оптимального экономического планирования, требую-

щего построения многокомпонентных моделей сложных систем с необходимостью разнородного управления.

Планирование в деятельности предприятия сферы услуг служит основой его системы хозяйствования. Системность планирования проявляется в двух аспектах:

- ♦ в разработке планов для каждого элемента управления как индивидуальной подсистемы и в то же время - целостной системы. Оптимальный эффект, в данном случае, достигается в результате сбалансированного функционирования всех управляемых элементов;

- ♦ в сквозном планировании взаимосвязанных показателей: стратегических, тактических, оперативных, то есть количественно-качественных характеристик процесса оказания производственных услуг. При этом качественная сторона отображает сущность процесса в конкретных условиях места и времени, а количественная - его абсолютную или относительную величину. Показатель является выражением меры планового задания, придающего ему количественную или качественную определенность.

Как отмечал французский теоретик и практик менеджмента А. Файоль, "управлять - это предвидеть", а "предвидеть - это уже почти действовать", то есть планирование можно представить как определенный уровень управленческой активности по созданию на основе выделенных показателей системы планов и их реализации, контролю результатов и их оценке, поиску возможностей снижения рисков и отрицательных результатов планирования.

* Чернова Дана Вячеславовна, доктор экономических наук, профессор Самарского государственного экономического университета; Логинов Юрий Михайлович, аспирант Самарского государственного экономического университета. E-mail: loginov_um@mail.ru.

Уровень управленческой активности в процессе реализации производственного сервиса в значительной степени способен выражать связь между намеченным содержанием деятельности и ее результатами, обуславливать разные финансово-хозяйственные итоги при одинаковых исходных условиях (рис. 1).

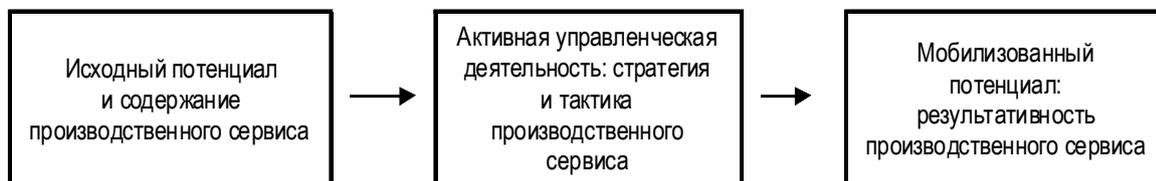


Рис. 1. Схема инициализации процесса оказания производственных услуг

Управленческая деятельность по эффективной реализации производственного сервиса, должна учитывать ряд существенных особенностей, обусловленных отраслевой спецификой:

- ♦ инновационная направленность предприятий, оказывающих производственные услуги в сфере нефтедобычи, зависит от возможностей качественного формирования инновационных стратегий и их последующей реализации;

- ♦ тактика осуществления инновационной функции производственного сервиса ориентирована на динамичность оказания производственных услуг. В противном случае внедрение отдельных инноваций может иметь негативные последствия.

В стратегическом ракурсе деятельность по оказанию услуг может быть определена следующими пятью характеристиками: уровнем отраслевой конкуренции; уровнем мобилизации инновационного потенциала; объемом привлеченных инвестиций; уровнем используемых технологий оказания производственных услуг; степенью обоснованности уровня производственного сервиса.

В тактическом плане производственная деятельность по оказанию услуг выражается двумя характеристиками: соответствием реакции сервисного предприятия изменениям конкурентной среды; скоростью (темпом) проведения инновационных изменений. При этом решается задача обеспечения и сохранения конкурентоспособности сервисного предприятия и его конкурентного статуса в общей инфраструктуре.

На рис. 2 представлена схема такого подхода.

Необходимо отметить, что производственный сервис, как достаточно технологичный

сегмент рынка услуг, априори существует в условиях эффективной конкуренции¹, когда непрерывный поток нововведений перманентно трансформирует статическую ситуацию, а стремление к повышению нормы прибыли обуславливает поиск преимущества в издержках и качестве самой услуги.

В такой обстановке на первый план выходит адекватное понимание сервисным предприятием своего места в соответствующем сегменте рынка по отношению к конкурентам, то есть занимаемой конкурентной позиции. Конкурентную позицию можно иначе называть ролевой функцией, которая характеризует сервисное предприятие в коммуникациях с другими субъектами бизнеса.

Субъективной предпосылкой выбора сервисным предприятием ролевой функции является уровень систематической активности по управлению конкурентоспособностью предлагаемых производственных услуг.

При этом объективная способность каждой из реализуемых производственных услуг в краткосрочном периоде приносить прибыль на вложенный капитал не ниже запланированной или увеличивать прибыльность предприятия по сравнению со среднестатистической рентабельностью в сфере производственного сервиса определяет эффективность управления конкурентоспособностью.

В соответствии с подходом американского математика и экономиста российского происхождения И. Ансоффа, можно утверждать, что позиция сервисного предприятия в конкуренции является воплощением его конкурентного статуса, который служит отправной точкой при формировании стратегических задач.

Такой подход по экономическому содержанию близок к понятию конкурентного преимущества в трактовке М. Е. Портера², так как исходит из необходимости определения соотношения фактической и базовой продуктивности использования ресурсов предприятия. При этом М. Е. Портер не уточняет пока-

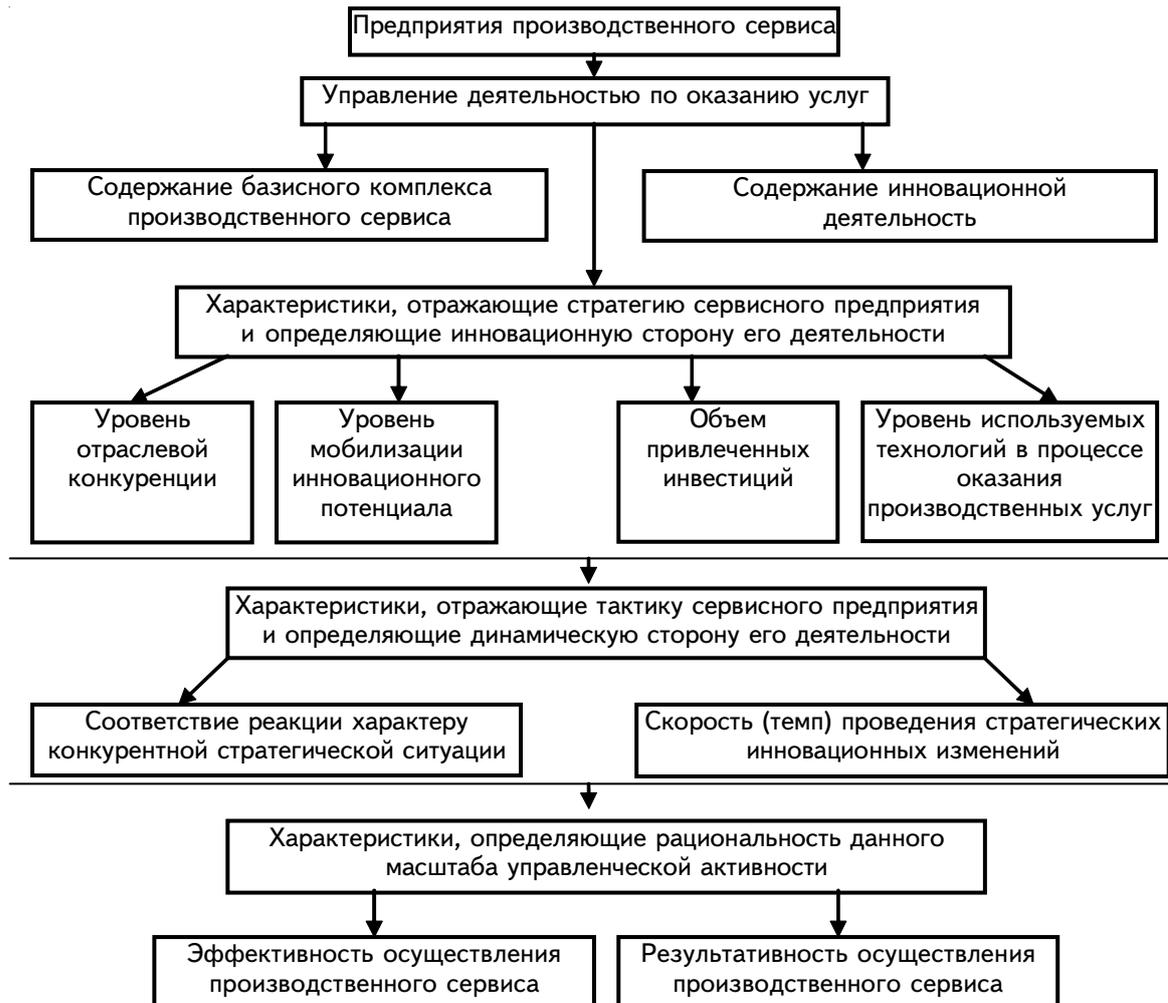


Рис. 2. Схема процесса реализации производственного сервиса

затель продуктивности, а И. Ансофф определяет его как рентабельность капитальных стратегических вложений, откорректированную на степень “оптимальности” стратегии предприятия и степень соответствия потенциала предприятия этой оптимальной стратегии. На этой сущностной основе, опираясь на предложенную И. Ансоффом формулу³, можно рассчитать показатель конкурентного статуса сервисного предприятия:

$$KC = \frac{(I_F - I_K)}{(I_O - I_K)} \cdot \frac{S_F}{S_O} \cdot \frac{C_F}{C_O},$$

где I_F - уровень стратегических капитальных вложений; I_K - критическая точка объема капитальных вложений, находящаяся на границе прибылей и убытков и показывающая, что объем капитальных вложений ниже этой точки не приводит к получению дохода; I_O - точка оптимального объема капитальных вложений, после которой увеличение капитальных вложений

приводит к снижению дохода; S_F , S_O - соответственно действующая и “оптимальная” стратегия сервисного предприятия; C_F , C_O - соответственно имеющиеся и оптимальные возможности сервисного предприятия.

Если конкурентный статус равен 1, то сервисное предприятие способно обеспечить себе исключительно сильные позиции на рынке. Если хотя бы один из показателей равен нулю, то прибыли сервисное предприятие не получит.

Основной задачей при определении конкурентного статуса сервисного предприятия становится необходимость оценки ряда ключевых параметров:

- ◆ уровня обеспеченности ресурсами всех видов;
- ◆ степени достаточности развития стратегического потенциала, то есть текущей предпосылки (возможности) и способности эффективно функционировать на рынке в дол-

госрочной перспективе: удерживать или увеличивать свою рыночную долю, иметь достаточно высокий уровень рентабельности и др.;

♦ условий внешней среды для создания и поддержания на высоком уровне конкурентного преимущества сервисного предприятия.

Таким образом, конкурентный статус предприятия, оказывающего производственные услуги, можно рассматривать как интегральную величину являющуюся в простейшем случае аддитивной функцией его конкурентоспособности и конкурентного потенциала. При этом поиск возможностей постоянного совершенствования конкурентного статуса обеспечивает полезная управленческая активность.

В обстановке интенсивной конкуренции для выработки успешной стратегии предприятия производственного сервиса только ориентации на рынок недостаточно. В ситуации, когда экономические отношения во все большей степени определяются потребительскими запросами, рыночная ориентация стала элементом культуры практически всех его участников. Культура более консервативна, более фундаментальна, чем стратегия. Стратегию можно разработать, а культура уже сформирована. Ориентированная на рынок культура, являясь нормой для всех, не способна дать конкурентных преимуществ сервисному предприятию. Она уже не является фактором доминирования, поэтому возникает необходимость ориентации на ресурсы, что требует изучения индивидуальных ключевых компетенций, которые способны превратиться в фактическое превосходство⁴.

Однако относительное преимущество в ресурсах может, но не обязательно должно обеспечивать наиболее выгодный по сравнению с конкурентами статус предприятия на рынке. Связующим звеном между относительным преимуществом в ресурсах и конкурентным преимуществом в рыночном положении выступает фокусирование на потребителях. Только с его помощью можно установить, представляет та или иная комбинация ресурсов более высокую ценность для услугополучателя или нет. Относительная дифференциация ресурсов не имеет ценности до тех пор, пока сервисное предприятие, используя фокусирование на потребителях, не определит платежеспособный спрос, который делает целесообразным производство⁵.

Способность сервисного предприятия поддерживать высокий конкурентный статус в условиях рыночной экономики напрямую зависит от эффективности его функционирования.

Средствами, влияющими на эффективность функционирования рассматриваемой организационной системы производственного сервиса, являются:

разработка и использование сбалансированного механизма управления;

активизация инновационных процессов по созданию новых видов производственных услуг, внедрению передовых технологий и методов.

Первые две группы средств при всей важности и обязательности оказывают на эффективность опосредованное влияние, так как, прежде всего, отвечают за полную и качественную реализацию соответствующих составляющих стратегического потенциала сервисного предприятия, и только инновационная деятельность напрямую трансформируется в многократное и непрерывное повышение эффективности функционирования системы производственного сервиса.

В реальной экономической ситуации процесс реализации производственного сервиса является неотъемлемой частью устойчивой системы рынка услуг (рис. 3).

Представленный контур обмена услуг не может существовать в отрыве от контура управленческой активности, так как именно она осуществляет создание и продвижение результатов сервисной деятельности в отрасли нефтедобычи на рынки. Непосредственные участники обмена проявляют определенную активность, обуславливая тем самым возникновение контура управленческой активности, единого для всех.

Однако каждому субъекту рынка инновационных производственных услуг требуется не просто управленческая активность, а полезная управленческая активность. При этом ее полезность заключается в жесткой ориентации на инновационный механизм реализации производственных услуг - инновационность и проявляется в следующем:

♦ технологический фактор полезности (выбор состава и последовательности действий) влияет на качество оказываемых производственных услуг, продвигаемых на рынки;

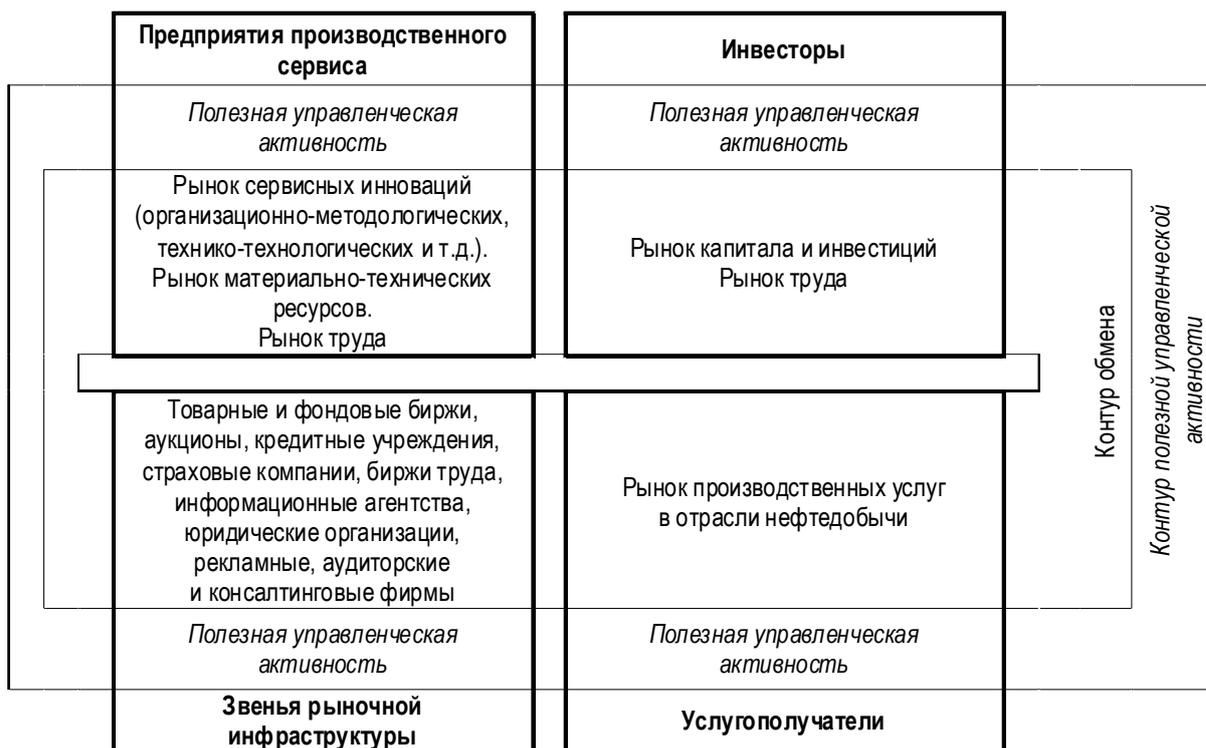


Рис. 3. Сферы организационной системы производственного сервиса, контуры интерсвязи полезной управленческой активности и рыночного обмена

♦ методологический фактор полезности влияет на конструктивную оценку потребительской среды;

♦ мобилизационный фактор полезности проявляется в способности к мобилизации требуемых ресурсов.

Таким образом, в основе решения задач эффективного функционирования системы производственного сервиса лежит необходимость алгоритмизации процессов формирования оптимального уровня инновационности. Это позволяет увязать стремления отдельного сервисного предприятия к достижению и удержанию высокого конкурентного статуса с уровнем ин-

новационности его деятельности посредством оперативного внедрения определенных алгоритмов управления инновациями.

¹ Шумпетер Й.А. Капитализм, социализм и демократия. М., 1995. С. 128.

² Портер М.Е. Международная конкуренция : пер. с англ. М., 1993. С. 13.

³ Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб., 1999. 416 с.

⁴ Teece D.J., Pisano G., Shuen A. Dynamic capabilities and strategic management // Strategic management journal. 1997. Vol. 18. № 7. P. 516.

⁵ Хамел Г., Прахалад К. Конкурируя за будущее: создание рынков завтрашнего дня. М., 2002. 275 с.

Поступила в редакцию 14.04.2010 г.