

Laurențiu Stelian MIHAI

Laurențiu Stelian MIHAI

MANAGEMENTUL SERVICIILOR



EDITURA UNIVERSITARIA
Craiova, 2023

Referenți științifici:

Prof.univ.dr. Adriana MANOLICĂ

Prof.univ.dr. Adriana GRIGORESCU

Copyright © 2023 Editura Universitaria

Toate drepturile sunt rezervate Editurii Universitaria

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

Mihai, Laurențiu-Stelian

Managementul serviciilor / Laurențiu Stelian Mihai. - Craiova :
Universitaria, 2023

Conține bibliografie

ISBN 978-606-14-1949-4

005

© 2023 by Editura Universitaria

Această carte este protejată prin copyright. Reproducerea integrală sau parțială, multiplicarea prin orice mijloace și sub orice formă, cum ar fi xeroxarea, scanarea, transpunerea în format electronic sau audio, punerea la dispoziția publică, inclusiv prin internet sau prin rețelele de calculatoare, stocarea permanentă sau temporară pe dispozitive sau sisteme cu posibilitatea recuperării informațiilor, cu scop comercial sau gratuit, precum și alte fapte similare săvârșite fără permisiunea scrisă a deținătorului copyrightului reprezintă o încălcare a legislației cu privire la protecția proprietății intelectuale și se pedepsesc penal și/sau civil în conformitate cu legile în vigoare.

Indexul Figurilor

Capitolul 1

Figura 1.1 – Diferite tipuri de servicii în economia mondială	15
Figura 1.2 – Dualitatea tangibil-intangibil a produselor	22
Figura 1.3 – Relația dintre tangibilitatea produselor și atributele percepute de clienți.....	27
Figura 1.4 – Clasificarea serviciilor după natura procesului de servire.....	47
Figura 1.5 – Clasificarea serviciilor în funcție de gradul de tangibilitate și natura beneficiarilor	50
Figura 1.6 – Clasificarea serviciilor în funcție de gradul de personalizare al serviciului și gradul de implicare al prestatorului	51
Figura 1.7 – Clasificarea serviciilor în funcție de canalul și modalitatea de distribuție	52
Figura 1.8 – Clasificarea serviciilor în funcție de natura relației dintre prestator și beneficiar și modalitatea de prestare	53
Figura 1.9 – Clasificarea serviciilor în funcție de fluctuațiile cererii și capacitatea întreprinderii de a satisface cererea fără întârzieri majore	54

Capitolul 2

Figura 2.1 – Triunghiul serviciilor	67
Figura 2.2 – Modelul celor cinci forțe ale lui Porter.....	78
Figura 2.3 – Organigrama funcțională a unui restaurant	86
Figura 2.4 – Organigrama pe servicii a unei firme de contabilitate.....	87
Figura 2.5 – Organigrama tip matrice a unei companii de dezvoltare software.....	88
Figura 2.6 – Organigrama pe unități geografice a unei firme de livrări la domiciliu	89
Figura 2.7 – Principalele elemente ale unui sistem de servire bazat pe cozi de așteptare	100
Figura 2.8 – Clasificarea populației generale de clienți potențiali.....	102
Figura 2.9 – Clasificarea proceselor de sosire a clienților	103
Figura 2.10 – Tipuri de structuri de așteptare	104
Figura 2.11 Clasificarea structurilor de cozi de așteptare	106
Figura 2.12 – Clasificarea tipurilor de ordine a cozilor de așteptare	109

Capitolul 3

Figura 3.1 – Relația dintre tipul de proces și volumul de tranzacții în cazul organizațiilor de servicii.....	118
Figura 3.2 – Componentele arhitecturii orientate pe servicii.....	144
Figura 3.3 – Structura integrată a proceselor dintr-o organizație de servicii.....	145
Figura 3.4 – Funcționalitățile aplicațiilor CRM.....	146
Figura 3.5 – Funcționalitățile aplicațiilor de tip ERP.....	147
Figura 3.6 Triada Serviciilor.....	151

Capitolul 4

Figura 4.1 – Importanța relativă a celor trei categorii de competențe în funcție de natura interacțiunii dintre prestator și client.....	189
--	-----

Capitolul 5

Figura 5.1 – Modelul Servicescape al lui Bitner.....	236
--	-----

Indexul tabelelor

Capitolul 2

Tabelul 2.1 – Configurațiile personalului de contact 110

Capitolul 3

Tabelul 3.1 – Pachetul de servicii 132

Tabelul 3.2 – Criterii pentru evaluarea pachetului de servicii 134

Tabelul 3.3 – Principalele funcționalități ale modului de resurse umane dintr-o aplicație ERP 148

Tabelul 3.4 – Caracteristicile relației dintre client și salariatul de contact 165

Capitolul 5

Tabelul 5.1 – Aspectele ce trebuie luate în considerare atunci când se proiectează activitățile de „front office” și „back office” 220

Tabelul 5.2 – Proiectarea activităților de front office și back office pentru cinci bănci comerciale..... 222

Tabelul 5.3 – Factorii ce influențează decizia de alegere a locației de prestare a serviciilor..... 226

Tabelul 5.4 - Evaluarea a patru locații potențiale pentru un restaurant 233

Capitolul 6

Tabelul 6.1 – Influența ratei de retenție a clienților asupra profitabilității firmei 275

Tabelul 6.2 – Exemplu de calcul al indicatorului CLV 278

Preface

"Service Management" carried out by assistant professor Laurențiu-Stelian Mihai, aims to offer a scientific and rigorous perspective on the field of service management, bringing to the fore the fundamental aspects of the design and management of service delivery systems and contributing to the development of knowledge and readers' abilities in this complex field. This book aims to disseminate the fundamental principles, strategies, and practices of service management so that you develop the knowledge and skills necessary to succeed in this field. Whether you are a service professional, a student, a young researcher studying the field, or an entrepreneur looking for valuable ideas and advice, this book will provide you with a broad and current perspective on service management.

In a world of constant change and development, understanding and applying the principles and practices of service delivery system design and management are becoming increasingly critical to organizational success and customer satisfaction. In addition, the service sector is of fundamental importance in the world economy, playing a vital role in the development and prosperity of modern societies. In recent decades, services have become a dominant component of the global economy, overtaking traditional sectors such as agriculture and industry. Today, services are a significant source of economic growth, creating value for both organizations and people, generating substantial income, and providing employment opportunities for millions of people around the world.

Today, services represent an essential source of innovation and add value associated with specialized knowledge, skills, and expertise, thus contributing to increased productivity and stimulating economic development. Advanced services such as research and development, consulting, IT, finance, and design bring innovations and technological improvements that increase efficiency and performance in all sectors of the economy.

Moreover, services play a crucial role in creating and maintaining jobs, as this sector is one of the main generators of employment in the global economy. Tourism, transport, trade, health, education, and other professional and personal services provide employment opportunities for many workers. Furthermore, services are often more resistant to automation and outsourcing than industrial sectors due to the central role that contacts personnel play in the service delivery system, which gives them an increased potential to provide stable and sustainable employment.

The service sector is an indispensable component of the world economy, significantly impacting economic growth, employment, and the well-being of society. In an increasingly interconnected and service-oriented world, understanding and effectively managing this sector is becoming increasingly important for the success and sustainability of organizations and national economies.

Through the six chapters of the book, Dr. Laurentiu-Stelian Mihai, assistant professor, touched upon the main defining elements of service management, such as the nature, characteristics, and typology of services, the characteristics of the three types of customer-provider interactions as well as their management mode, the design and implementation of service delivery systems, as well as the different types of delivery systems found in world practice, the essential role of human resources in service delivery activity, the "servicescape" concept produced by M.J. Britner in 1981 as well as the importance of tangibles for the success of service businesses and last but not least, the satisfaction, loyalty and involvement behaviors of service business customers. Each chapter was written following rigorous research of specialized literature, supported by over 180 bibliographic references, works dealing with the most recent and relevant concepts in the services field, stated by world-renowned researchers. It is worth noting that this book is not limited to just presenting concepts and theories but also aims to apply them in practical contexts. Thus, the reader will encounter case studies, analyses of real situations, and examples of good practices, many of which are adapted to the social and economic reality of Romania in 2023, illustrating how theory is translated into practice in various service organizations. Moreover, at the end of each chapter are presented a series of reflection questions, exercises,

or case studies developed by the author, which have the role of helping the reader to understand better the theoretical aspects previously presented.

The book presents a well-knit body of state-of-the-art knowledge from the best specialists in service management and will become a reference work in the field. Practitioners, scholars and students will find the book a valuable resource for teaching, learning and research purposes. Moreover, the book will be a welcome addition to the offerings of business schools and a useful tool since it traces a comprehensive and effective picture of service management issues and implications, filling a gap in business and management education and practice.

We advise the readers to approach this book with critical thinking and a desire to understand the complexity of service management by accumulating and applying knowledge that will positively impact organizations and society. Practitioners, scholars and students will find the book a valuable resource for teaching, learning and research purposes. Moreover, the book will be a welcome addition to the offerings of business schools and a useful tool since it traces a comprehensive and effective picture of service management issues and implications, filling a gap in business and management education and practice.

Prof. Mara Del Baldo

Department of Economics, Society and Politics

University of Urbino Carlo Bo, Italy

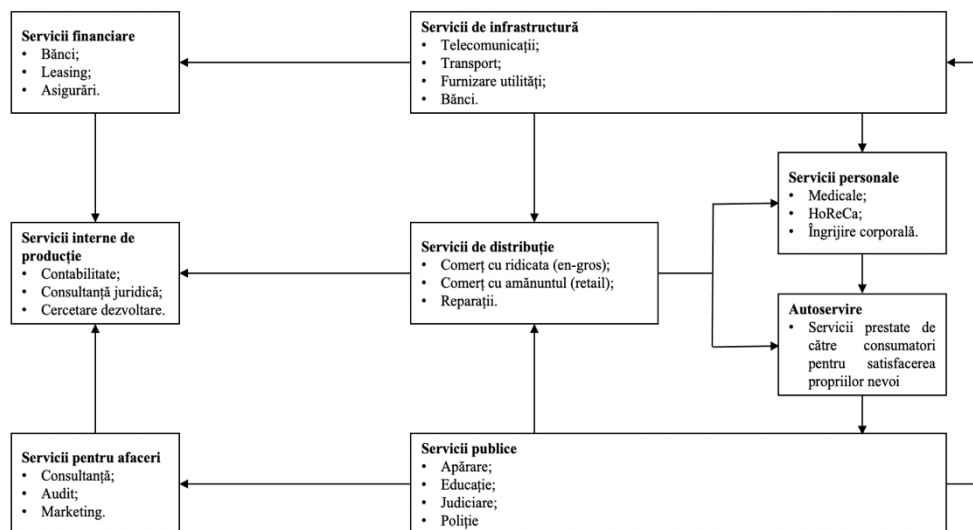
mara.delbaldo@uniurb.it

orcid.org/0000-0001-7912-8573

Capitolul 1 – Natura serviciilor

Serviciile joacă un rol central în activitatea economică a oricărei, aspect ilustrat în figura 1.1. Observăm că serviciile de infrastructură (comunicații, transport, utilități, servicii bancare) reprezintă o verigă esențială ce leagă toate sectoarele economiei mondiale, inclusiv consumatorul final. Fitzsimmons și Fitzsimmons (2011) menționează că într-o economie complexă, atât serviciile de infrastructură cât și cele de distribuție (comerț cu amănuntul și cu ridicata, reparațiile) joacă rolul de intermediari între producător și consumatorul final. Practic, serviciile de infrastructură reprezintă o condiție esențială pentru ca o economie să se industrializeze și să se dezvolte.

Într-o economie dezvoltată, bazată pe industrie, întreprinderile specializate pot presta servicii profesionale producătorilor de bunuri, într-o manieră mai eficientă și mai ieftină decât dacă aceste întreprinderi productive și-ar furniza propriile servicii. În ziua de astăzi, majoritatea companiilor de producție apelează la furnizori externi pentru servicii de marketing, consultanță, contabilitate, distribuție, curățenie, etc.



adaptare după Fitzsimmons. și Fitzsimmons, 2011, p. 5

Figura 1.1 – Diferite tipuri de servicii în economia mondială

Mai mult decât atât, activitățile de servicii sunt absolut esențial pentru ca economia națională să funcționeze și populația să aibă o calitate a vieții ridicată. Un bun exemplu este reprezentat de importanța băncilor pentru mișcarea capitalului sau de importanța companiilor de transport pentru circulația mărfurilor, în special a produselor alimentare. Mai mult decât atât, există o varietate foarte largă de servicii destinate populației cum ar fi restaurantele, unitățile de cazare sau serviciile de curățenie sau îngrijire personală.

În același timp, și serviciile publice au un rol extrem de important pentru crearea unui context favorabil investițiilor și creșterii economice. Servicii precum educația, sănătatea, infrastructura publică, utilități sau siguranța publică sunt extrem de importante pentru economia națională și prosperitatea publică.

În continuare, serviciile joacă un rol extrem de important și în creșterea profitabilității companiilor productive. De exemplu, serviciile de leasing și finanțare au avut un rol extrem de important în dezvoltarea industriei automobilelor. Fitzsimmons și Fitzsimmons (2011) menționează compania americană Otis Elevator, care a observat că profitul pe care le obține din serviciile de mentenanță și reparații este mult mai mare decât cel obținut din vânzarea de ascensoare.

Astfel, este foarte important ca serviciile să nu fie tratate doar ca niște activități periferice, ci ca o parte integrantă a societății. Ele reprezintă un element important al unei economii sănătoase și funcționale, reprezentând motorul principal al globalizării economiei mondiale.

1.1 Definițiile și caracteristicile serviciilor

Serviciile reprezintă o activitate din ce în ce mai des întâlnită în viața de zi cu zi a populației. A lua masa în oraș, a comanda mâncare acasă, a ne deplasa cu un mijloc de transport în comun, a merge la psiholog, la dentist sau la bancă, toate acestea reprezintă servicii. În ziua de azi, această categorie extrem de largă și eterogenă de activități economice denumită servicii reprezintă, pentru foarte multe țări, un sector de activitate cu pondere însemnată în Produsul Intern Brut (PIB) și creează un număr semnificativ de locuri de muncă. Pe lângă întreprinderile care prestează servicii tradiționale cum ar fi alimentația publică, divertisment, serviciile medicale, transportul în