

сфера обслуживания
презентация
Стародубцевой Ксении
и
Симаковой Анны



С наступающим Новым годом!
Пусть 2011 год принесёт много-
много радости, хорошего
настроения, положительных
эмоций и любви! И пусть
исполнятся самые заветные
мечты – вопреки логике и теории
вероятности !

Желаем хорошего просмотра =)

Описание

Сфера услуг — сводная обобщающая категория, включающая воспроизводство разнообразных видов услуг, оказываемых предприятиями, организациями, а также физическими лицами.

Сферу услуг часто относят к постиндустриальному [экономическому укладу](#). В древние времена общественное оказание услуг было не развито. Товарный обмен и торговля осуществлялись, в основном, в виде готовых результатов сельскохозяйственного или ремесленного труда.

По мере эволюции человеческого общества, научно-технического прогресса, механизации и автоматизации физического труда, сфера услуг набирает темпы своего развития и становится ключевым сектором экономики. В постиндустриальной экономике основные нерешенные задачи находятся как раз в сфере управления техникой, организации, распределения готовой продукции.

В XXI веке особенное развитие и ценность приобретает интеллектуальный человеческий труд. Разделение интеллектуального труда, создает огромное количество специальностей и профессий, требующих высокой научной подготовки, большое число рабочих мест, высокую степень интеграции совместных человеческих усилий, рост общественного благосостояния.

Данные тенденции напрямую относятся к сфере услуг и управления, что обуславливает ее ускоренный рост относительно более старых сфер деятельности человека. Для сферы услуг характерны более высокие прибыли, чем для промышленного, и тем более, сельскохозяйственного секторов экономики. Спектр услуг постоянно расширяется и занимает все большее место в [ВНП](#) государств.



Тема 1. Виды, типы и функции предприятий сферы обслуживания, их служб



Особенности предприятий сферы обслуживания.



Виды и типы предприятий сферы обслуживания.



Функции предприятий сферы обслуживания.

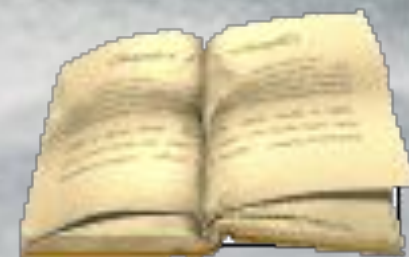


Производственная структура предприятия сферы обслуживания и ее основные элементы.

В отечественной экономической литературе сфера сервиса определяется как совокупность видов деятельности, производящих и реализующих услуги.

Согласно Общероссийской классификации услуг для потребителей сфера сервиса предоставляет следующие виды услуг: бытовые, жилищно-коммунальные, пассажирского транспорта, связи, физической культуры и спорта, медицинские и санаторно-оздоровительные, учреждений культуры, ветеринарные, правового характера, банков, системы образования и прочие услуги.

Услуги очень разнообразны по своему содержанию, но можно отметить четыре характеристики, которые в той или иной мере присущи всем им.





Неосязаемость. Услуги неосязаемы. Их невозможно увидеть, попробовать на вкус до момента приобретения. Мы можем 100 раз ходить в парикмахерскую, но до тех пор, пока мы не заплатим за услугу, мы не увидим ее результат. Фактически клиент вынужден просто верить мастеру на слово.

Для укрепления доверия к себе со стороны клиентов поставщик услуг может принять ряд конкретных мер. Во-первых, он может повысить осязаемость своего товара. Например, парикмахер может показать на фотографии, как будет выглядеть ваша прическа. Во-вторых, он может не просто описать свою услугу, а заострить внимание на связанных с ней выгодах. Так, представитель института может рассказать потенциальным студентам не только о жизни студенческого городка, но и о том, как успешно устраиваются на работу выпускники этого заведения. Также можно придумать для своей услуги марочное название или привлечь какую-нибудь знаменитость к ее пропаганде.



Неотделимость от источника. Услуга неотделима от своего источника, будь то человек или машина, тогда как товар в материальном виде существует независимо от присутствия или отсутствия его источника. Например, при посещении концерта группы «Машина времени» услуга будет уже не той, если ведущий объявит, что Андрей Макаревич нездоров и его заменит Юрий Шатунов. А это означает, что число возможных покупателей услуги, т.е. желающих присутствовать на «живом» выступлении Андрея Макаревича, ограничивается временем концертных гастролей исполнителя.



Непостоянство качества. Качество услуг колеблется в широких пределах в зависимости от их поставщиков, а также от времени и места оказания. Сергей Зверев пострижет вас гораздо лучше, чем это сделает только что окончивший курсы парикмахер. Но и Зверев может постричь вас по-разному в зависимости от своего физического состояния и расположения духа в момент стрижки.



Несохраняемость. Услугу невозможно хранить. Причина, по которой многие врачи берут плату и с не явившихся на прием пациентов, заключается в том, что стоимостная значимость услуги существовала как раз в момент неявки пациента. В условиях постоянства спроса несохраняемость услуги не является проблемой, так как можно заблаговременно должным образом комплектовать организацию. В случаях колебания спроса перед фирмами, предоставляющими услуги, встают серьезные проблемы. Например, с учетом потребности в перевозках в часы пик предприятиям общественного транспорта приходится иметь гораздо больше транспортных средств, чем это было бы необходимо при неизменном уровне спроса на протяжении всего дня.

Названные характеристики услуг требуют учета их при организации работы предприятий сферы сервиса, т.к. использование организационных подходов, оправдавших себя в материальном производстве, в сфере услуг нецелесообразно и неэффективно.

Предприятия сферы услуг, а это в основном малые предприятия, имеют ряд важных особенностей с точки зрения организации производства и предоставления услуг.

Во-первых, в сервисном бизнесе потребитель обычно присутствует в производственном процессе, т.е. контакт, или взаимодействие, с потребителем теснее, чем в сфере промышленного производства.

Во-вторых, сфере услуг свойственна высокая степень индивидуализации обслуживания в соответствии с требованиями потребителя.

В-третьих, работы в данной сфере обычно более трудоемки, чем в промышленности.

Таким образом, управление производством в сервисном бизнесе труднее, чем в промышленности, с точки зрения обеспечения эффективности.

Учитывая перечисленные особенности сферы услуг, при разработке системы производства и предоставления услуг следует принять во внимание следующие 10 важных факторов.

1. Месторасположение предприятия сферы услуг в основном определяется месторасположением потребителей, а не исходных материалов или какими-либо другими факторами.

2. Необходимо в первую очередь руководствоваться потребностями и желаниями потребителей, а не соображениями эффективности.

3. Календарное планирование работ зависит в основном от потребителей.

4. Определение и измерение качества услуг может оказаться затруднительным.

5. Работники должны владеть навыками общения с потребителями.

6. Производственные мощности обычно рассчитываются по «пиковому» спросу со стороны потребителей, а не по среднему уровню спроса.

7. Создание запасов продукции (услуг) в периоды низкого спроса для их использования в «пиках» спроса обычно не представляется возможным.

8. Эффективность работы персонала с трудом поддается измерению, поскольку низкая производительность может быть обусловлена отсутствием спроса со стороны потребителей, а не плохой его работой.

9. Крупные предприятия в сфере услуг нетипичны.

10. Маркетинг и производство иногда

При классификации предприятий сферы обслуживания используются как общие признаки классификации, так и специфические, присущие только сфере сервиса.

Общие признаки классификации.

Форма собственности

Частное индивидуальное предприятие. Принадлежит гражданину на праве собственности.

Имущество предприятия формируется из имущества гражданина, полученных доходов и других законных источников.

Частное семейное предприятие. Принадлежит членам семьи на праве общей долевой собственности или в другом порядке, предусмотренном договором между ними.

Частное юридического лица. Предприятия с долевым (складочным) капиталом, принадлежащим частным лицам в виде паев (общества с ограниченной и дополнительной ответственностью, хозяйственные товарищества) или пакетов акций (акционерные общества).

Государственное. Учреждается органами управления Российской Федерации или ее субъектов.

Имущество предприятия является федеральной собственностью или собственностью субъекта Федерации.

Муниципальное. Учреждается органами местного самоуправления. Имущество предприятия образуется за счет ассигнований из средств соответствующего местного бюджета и (или) вкладов других муниципальных предприятий, полученных доходов и других законных источников. Оно находится в собственности района, города, входящих в них административно-территориальных образований.

Предприятие со смешанной формой собственности. Имущество принадлежит в виде пакетов акций государству и частным лицам Российской Федерации. Второй вариант подобных предприятий - имущество предприятия формируется за счет вкладов физических и (или) юридических лиц Российской Федерации и зарубежных партнеров.

Наличие прав юридического лица.

Юридические лица

Предприятие без образования юридического лица

Вид юридического лица (организационно-правовая форма предприятия)

Хозяйственное общество. Коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Хозяйственное объединение капиталов.

КОНЕЦ

