

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное бюджетное государственное образовательное
учреждение высшего профессионального о.....demo
Кемеровский технологический институт пищевой промышленности
Среднетехнический факультет

**Конспект лекций
по дисциплине «Сервисная деятельность»**

специальности 100106 - «Организация обслуживания в
общественном п...demo
направления 100100 – «Сервис»
для всех форм обучения среднетехнического факультета

Разработал: преподаватель
кафедры «ТПОП»
_____ К.С. Коростелева

Рассмотрено и утверждено
на заседании
кафедры «ТПОП»
протокол № _____ от
«_____» _____ 2011 г.
Зав.кафедрой «ТПОП»
_____.....demo

Кемерово 2011

Содержание

Введение.....	3
Тема 1 Особенности развития сервисной деятельности.....	6
Тема 2 Сервисная деятельность как способ удовлетворения потребностей человекаdemo	17
Тема 3 Сфера услуг и особенности ее функционированияdemo	22
Тема 4 Проблемы качества и безопасности в практике современного сервиса.....demo	32
Тема 5 Культура сервиса	38
Тема 6 Процесс обслуживания потребителя.....	45
Тема 7 Новые виды услу	51

Введение

Услуги как вид человеческой деятельности имеют длинную историю. Однако только в 60-х годах 20 века в западном менеджменте им стали уделять внимание. Все больше людей трудится в сфере услуг. Практически все организации оказывают услуги в той или иной степени. Для организаций, занимающихся услугами, важно понимать природу и сущность услуг, учитывать их специфику. Любая организация, занимающаяся услугами, государственная или частная, большая или малая, должна понимать, как управлять такими специфическими их характеристиками, как неосвязаемость, неспособность к хранению, изменчивость качества и взаимосвязь производства и потребления. Неуверенность потребителей и их участие в процессе приобретения услуги всегда будут объектами пристального внимания, наряду с определением того, что фактически предлагается под видом услуг. Ключевая проблема - возможный разрыв между ожиданием клиента и фактическим восприятием полученной услуги. Ее решение - огромная проблема для многих предприятий в сфере услуг. Поскольку всегда будут существовать элементы осознанного покупательского риска в потреблении услуг, то управление в сервисной организации должно быть направл.....demo

В борьбе за покупателями товаров зарубежные специалисты рекомендуют руководствоваться правилом «внимание – интерес – желание – мотив – действие – завершение - сервис». Другими словами необходимо привлекать внимание покупателя, вызвать интерес, разбудить.....demo

В условиях современного развития российской экономики становятся все более необходимыми высококвалифицированные специалисты в области сервиса, осознающие, что главным ориентиром производства и продажи услуг становятся потребности и спрос конкретныхdemo

Специалист по сервису является производителем и продавцом товара особых свойств. Подобное совмещение функций специалиста и

продавца в одном лице в рыночной практике встречается относительно редко. Вместе с тем, какой бы сложной и длинной ни была цепочка продажи, в ней обязательно присутствуют про.....demo

Задачи сервисной деятельности изучить:

- основные понятия и направления;
- направления развития сервисной деятельности;
- функции и виды услуг;
- типы потребностей и услуги, их удовлетворяющие;
- факторы влияющие на оказание услуг;
- этику и культуру сервиса;
- характер поведения потребителя;
- процесс оказания услуг;
- создание услуг – новинок.

Сфера услуг – это сфера экономики, где производится благо, полезный эффект которой проявляется в самом процессе их создания и эти блага ценны дляdemo

Производство, каких – либо благ, т.е. полезных и нужных товаров (услуг) для покупателя, делится на две сферы – сферу материального производства и сферу услуг. В первой сфере потребление созданного блага отделено от его производства, во в.....demo

Например, труд по производству буханки хлеба сам по себе не удовлетворяет каких-либо потребностей человека (за исключением потребности в труде), потребление хлеба будет происходить позже и в другом месте; зато чтение преподавателем лекции сразу же удовлетворяет потребность слушателей в знаниях. То есть удовлетворить потребность – это ликвидировать отсутствие чего-либо, дать нужное. Структура потребности содержит два главных компонента – объе.....demo

Объективная потребность - зависимость человека от внешней и социальной среды и от свойств собственногоdemo

Субъективная потребность – то, что приносится самим человеком и зависит от него самого. Это самосознание того, что хочет человек, осознан.....demo

Сложное отношение между объективной нуждой и субъективным пониманием этой нужды, которого придерживается человек, создает огромное поле для сервиснойdemo

Однако вплоть до 20 в. сфера услуг вообще исключалась из сферы производства. Так, знаменитый английский экономист <http://www.krugosvet.ru/articles/76/1007604/1007604a1.htm> Адам Смит прямо указывал, что богатство общества зависит лишь от производительного труда – работы по созданию материальных благ. К непроизводительным занятиям, когда ничего не производится, а лишь потребляется ранее созданное общественное богатство, он относил услуги таких профессий, как «священники, юристы, врачи, писатели... актеры, паяцы, музыканты, оперные.....demo

В развитых странах уже в 19 в. начали понимать, что сфера услуг хотя и не производит непосредственно материальных благ, однако создает основополагающие условия для этого.....demo

Таким образом, наряду с сельскохозяйственными и промышленными предприятиями, производящими материалы и готовые изделия, существуют организации, повышающие стоимость нашей личной жизни посредством нематериальных активов, которые они представляют. Продукция этой группы и н.....demo

Ошибочно рассматривать сферу производства и сфер услуг как две разные альтернативы. Некоторые услуги не могли бы существовать без товаров. Аналогично некоторые товары не могут существовать при о.....demo

Некоторые из услуг являются внутренней составляющей производства товаров (бухгалтерский учет, реклама, юридические услуги), другие являются внешней составляющей (банковские операции, транспортировка, охрана, обеспечение противопожарн.....demo

Функции сферы услуг

1. Экономические функции:

– Обслуживание процесса производства материальных благ. Предполагается предоставление различных услуг сфере материального производства, которая нуждается в услугах транспорта и связи, правовых консультациях или услугах технического обслужив.....demo

– Воспроизводство рабочей силы, осуществляется посредством услуг, предоставляемых населению, например, услуги образовательны.....demo

– Создание материальных благ путем производства на заказ предметов длительного пользования или путем восстановления ранее утраченных ими потребитель.....demo

2. Социальные функции:

– Удовлетворение потребностей населения в различных видах обслуж...demo

– Снижение затрат и улучшение условий труда в домашних хозяйствах благодаря деятельности организаций сфер.....demo

– Рациональное использование высвобождающегося свободного времени.

– Обеспечение безопасности.

Функции сервиса:

- доведение до потребителя материальных и нематериальных благ в соответствии с индивидуальными вкусами и запросами путем предоставления соответст.....demo

- обслуживание процесса их потребления;

- создание условий для быта, отдыха и досуга;

- способствовать увеличению свободного времени и рационального его использ....demo

Таким образом, **сфера услуг – это система отраслей народного хозяйства, продукты, потребительская стоимость которых выражается**

в предоставлении удобств. В сфере услуг труд не материализуется.....demo

Сфера обслуживания – совокупность отраслей народного хозяйства, продукция которых выступает вdemo

Сервис (сервисная деятельность) – это работа по оказанию услуг, т.е. по удовлетворению чужих – либо потребностей. Так, сервисное обслуживание современного оборудования позволяет покупателю выбрать для себя оптимальный вариант приобретения и потребления технически сложного изделия, а также экономически выгодно эксплуатировать его в течение разумно обусловленного срока, диктуемого и.....demo

Сервисная деятельность генерируется, т.е. производится, реализуется специализированными структурами обслуживания, которые выступают ее субъектами. В качестве субъектов выступают конкретные предприятия (предприниматели), коллективы сервисных предприятий.....demo

Участники в сервисной деятельности	
Исполнительные услуги	Организация независимо от ее организационно- правовых форм, а также индивидуальный предприниматель, выполняющий работы или оказывающий услуги потребителю по возмещению.....demo
Клиент	Постоянный покупатель или заказчик; лицо пользующееся услугами.
Потребитель	Физическое лицо, имеющее намерение приобрести либо приобретающий или использующий товары, работы, услуги исключительно для личных целей. Не связанный с увеличением.....demo

Субъекты сервисной деятельности, взаимодействуя и дополняя активность друг друга, создают сервисные продукты. Сервисный продукт складывается из действия таких важных компонентов.....demo

–Труд всех субъектов сервисной деятельности, причастных к генерации данной разновидности услуг (работников конкретного сервисногоdemo

–Функционирование вспомогательных механизмов, технического оборудования, задействованных в создании.....demo

–Используемые в услуге материальные вещества, предметы, товары.

Сервисный продукт представляет собой завершенное единство

целого ряда взаимосвязанных технологий обслуживания и процессов сервисного производства, направленных на оказание комплексной, сложной по характеру услуги рыночного типа, свойства которой определяются общественными и личными запросами, сформированными вdemo

Тема 1 Особенности развития сервисной деятельности

Услуги в эпоху первобытнообщинного строя

История возникновения сферы гостеприимства, услуг связана со всевозможными путешествиями, поездками, совершавшимися людьми. Сфера услуг сложилась в эпоху каменного века, когда начинаются первые торговые путешествия, складываются первые «т.....demo

Регулярный дарообмен между общинами сопровождался изобильными пиршествами. Нужность того или иного товара порождало спрос на него, его специально заказывать. К эпохи неолита появляются специальные встречи, пункты – прообразы рынков, располагающиеся на стыке границ проживания нескольких дру.....demo

Очень часто праздники, на которые прибывали соседние племена, использовались и для обмена. Известно, что стали возникать праздники, на которые собирались именно для обменных операций, т.е. торговли. Но договориться о получении необходимых товаров можно было и на.....demo

Активно развивалась и посредническая торговля.

Фигура странствующего «торговца» считалась неприкосновенной. У австралийских купцов существовали специальные «посланнические жезлы», по которым их легко можн.....demo

В эпоху же появления раннего металла и возникновения ремесел происходит интенсификация обмена. Он превращается из дарообмена в так называемый эконом.....demo

Услуги на Древнем Востоке

В законодательных актах Кодекса царя Хаммурапи встречаются правовые нормы, позволяющие утверждать, что гостиничное дело и сфера услуг в тот период времени, 2000 лет назад, в Халдее было дост.....demo

Услуги на Древнем Востоке

- строятся дороги каналы, возникают постоянные дворы и почта, строятс....demo

- принимаются меры по безопасности купцов;

- государство надзидало за деятельностью владельцев таверен, в случае, если происходило разбавление пива водой, то предусматривалась с.....demo

- сооружались палаточные городки, павильоны для путешествующий с целью организацией питания и об.....demo

Услуги в Древней Греции

Мобильность населения в эпоху античности была на удивление

высокой. Такие события, как Олимпийские игры, собирали атлетов, зрителей, а также торговцев и ремесленников (т.е. как потребителей, так и поставщиков товаров и услуг) со все.....demo

Сама сфера услуг у Греков популярностью не пользовалась и не являлось престижным занятием, потому что содержание гостиниц и питейных заведений считалось не честным и недостойным промыслом. В полисах создавались Союзы гостеприимства. Каждый член такого союза – ксен- брал на себя ответственность за защиту жителей другого полиса в своем государстве. В древнегреческих гостиницах не всегда кормили и путешественникам приходилось провизию возить с собой. Таверны располагались возле храмов. Владелец таверны предлагал еду, напитки и ночлег. Вино было как домашним, так и импортным. К столу подавали сыр из козьего молока, хлеб из ячменя, капусту, горох, бобы, чечевицу. Можно было попробовать также фиги и оливки. Более всего предпочитали сырное печенье, медовые булочки, булочки с тмином. Если подавали мясо, то это обычно была козлятина, свинина, баранина. Фаршированный осел считался деликатесом. Колбасы, свиные пудинги, разнообразные рыбные б.....demo

Музыканты развлекали гостей во время еды. Некоторые таверны имели сцены для театральных представлений. Когда пир заканчивался, согласно афинскому обычаю, пили еще три раза: один раз – за богов, один – за умерших героев, один - за Зевса. По особым случаям раздавали гирлянды из цветов и духи. Затем на.....demo

Услуги Древнего Рима

В Древнем Риме ситуация со сферой услуг отличалась от той, которая существовала в Греции. Например, вдоль дороги, а затем и в крупных городах существовала сеть государственных гостиниц, называвшихся мансионами. В подобного рода гостиницах останавливались люди невысокого социального положения. Для самой невзыскательной публики существовали гостиницы подdemo

На вывеске таверны изображалось какое-либо животное: орел, петух, журавль. Появляются элементы рекламы: «Здесь Меркурий обещает выгоду. Аполлон – здоровье. Септимей (хозяин таверны) – хороший прием за столом. Кто войдет сюда, будет чувствовать себя комфортно». Почти каждый кварта имел пивную. В Помпеях находилось 118 пивных и.....demo

Репутация владельцев таверны была низкая. Их часто обвиняли в мошенничестве и темных делах, а владелец – женщин иногда обвиняли в.....demo

В Риме таверны можно было узнать по колоннам, опоясанным цепью фляг, и по красным колбасам, висящим вдоль стен. Полы были украшены яркой мозаикой, а стены оживляли разв.....demo

Хозяин пивной выращивал свой виноград и делал из него вино. Небольшие кусочки сухого сыра были развешаны в комнате в корзинах

.....demo

Активно развивается индустрия гостиниц, повышаются требования к проживанию. Создаются специальные путеводители с указанными маршрутами и достопримечательностями. Были объединения содержателей различных экипажей. Поездки экипажей строго регламентировались правилами дорожного движения. Развиваются постоялые дворы. В них имеются бани, массажные, прачечные, чистка обуви. Наблюдали за порядком, чистотой и соблюдением законности при предоставлении услуг государственные чиновники – эдилы. Постоялые дворы обязаны были вести спис.....demo

Услуги на Средневековом Востоке

Развитие сферы услуг на Востоке в Средние века связано, прежде всего, с развитием караванной торговли. В мусульманских странах в караван – сараях путниками и их выючным животным предоставляли кров и пищу в течение трех дней.....demo

Активное развитие сферы услуг, ориентирован на разные слои населения, также производилось за счет развития торговых путей.

Осуществляется строительство караван – сараев (постоялых дворов на пути). Содержание данных постоялых дворов осуществлялось за счет

государства. Услугиdemo

Сначала оказываемые услуги купцам, паломникам, путешественникам были бесплатными, ради любви к ближнему. Основным юридическим актом для последующего периода развития гостиничного дела был эдикт Карла Великого, императора Священной Римской империи, налагавший на монастыри и церкви обязанность содержания «госпициев», предоставляющих путешественникам ночлег, питание, лечебную помощь и ванну. Особенное развитие сфера услуг получила в Швейцарии, которая благодаря этому имеет.....demo

Церковь играет решающую роль в жизни общества. Продолжают развиваться торговые отношения. Самые ранние постоялые дворы Англии придерживались традиции пивных. Вечнозеленые растения, привязанные к колу, для всех было знакомо то, что там продается эль. Зеленая ветвь означало, что в продаже есть яблочное вино. Перепись 1557 года выявила 14202 пивных, 1631 гостиницу и 329 таверн.....demo

Услуги в Древней Руси и Средневековой России

Постоялые дворы вдоль дорого просуществовали довольно долго вплоть до середины XIX в., а некоторые дольше. Их распространение было резко сокращено с появлением ж.....demo

Постоялые дворы появились в XV веке на Руси, она располагались при «ямах» - почтовых станциях. Были распространены гостиницы, в отличие от постоялых, где в основном можно было разместиться и питаться, в гостиничных дворах имелась возможность совершения сделок, коммерческих операций. Размещение иностранных гостей велось по

национальному признаку. Трактиры на Руси подразделялись на несколько видов: к высшему разряду относились – гостиницы, рестораны, кафе-рестораны, трактиры.....demo

Услуги в Новое время (XVII-XVIII вв.)

В данное время был совершен значительный скачок в развитии сферы услуг и гостеприимства. Все больше становится видна разница между предприятиями, размещающимися в городской и сельской местности. Изменяется и психология потребителя. Уходит в прошлое традиция «нести все свое на себе». Соответственно возрастают и требования наиболее платежеспособной клиентуры к ассортименту и качес.....demo

Технические новшества: канализация, водоснабжение, лифты, электричество немедленно берут на вооружение владельцы сервисных о.....demo

В названиях гостиниц и предприятий питания стали содержать слово arms (оружие), например, «King's Arms» («Оружие короля»). Выставленное напоказ оружие лорда в гостинице часто означало, что гостиница или ресторан находились на территории, принадлежавшей определенному знатному роду, и были под его защитой. Даже сейчас существует 400 пивных, названных «Голова короля», 300 с названием «Голова королевы» и более тысячи со сло.....demo

Технический прогресс развивает организацию работы сервисных предприятий: появление лифтов, электричества, канализации и водоснабжения. Изменение психологии потребителя: возрастают требования к уровню комфорта и уров.....demo

Развитие индустрии услуг в Америке произошло лишь в 1607 году. В 1634 году в Бостоне открывается первая таверна. Таверны созданные на территории Америки носили только коммерческий характер. Во время гражданской войны таверны были переделаны в военные штабы. Но как предприятия питания, они сущ.....demo

Сфера услуг Российской Империи

XVIII век подарил России новые дороги, что привело к более часты путешествиям, приятным и безопасным. Именно в XVIII веке в России формировалось понимание «достопамятностей», ради которых стоило бы предпринимать путешествие. Но сфера услуг еще не обладала достаточной самостоятельностью. Как и бытовое обслуживание – отопление печное, вода подается слугами, освещение свечами. Бытовые насекомые, бороться с которыми не умели, считались неременным атрибутом и неизбежным злом коллективного жилья. До начала XIX века на главных улицах Санкт – Петербурга запрещалось украшать дома коммерческими вывесками. Количество трактиров (гебергеров) было довольно внушительным, что позволило разделить их на пять разрядов и привлечь владельцев к уплате налогов. Общественное питание и гостиничный бизнес того времени

приносили солидный доход, который к тому же не зависел от качества услуг, поскольку налогообложение основывалось на размерах заведения и его обороте, а не на категории комфортности, места расположения, ценах.....demo

Услуги в XIX – начале XX века

Развитие современной сферы услуг приходится на 19 век, век великих научных открытий. Приток состоятельных англичан и американцев в Европу изменяет традиционную культуру услуг. Именно тогда в обиход входят английские слова «экспресс», «ко.....demo

В это же время возникает потребность в подготовке специально обученныхdemo

Это время, когда существуют старые традиции путешествий как вида досуга, связанного с определенной культурой и мироощущением, с одной стороны, и с новые формы сервиса, связанные с цивилизацией индустриального общества – с другой. Если в таких странах ,как Англия и США, уже сформировался образ жизни, характерный для индустриального общества, то в странах Восточной и Южной Европы в многом сохранялись старые «доиндустриальны.....demo

Услуги в России XIX – XX вв.

К концу XIX века столицы страны располагали услугами мирового уровня. Именно к этому времени относится использование электрического освещения, оборудование системами канализации и водоснабжения. В самом начале XX века в сервисные организации столиц пришел телефон. Новый период в развитии сферы услуг связан с вхождением страны в эпоху капиталистических отношений, создавших свободный рынок труда и активизировавших межгородскиеdemo

С 1917 года многие гостиницы и рестораны со своей утонченной архитектурой превращаются в военные.....demo

По мере расширения сферы услуг и повышения требовательности клиентов к качеству обслуживания усложнялась технология обслуживания. В крупных столичных сервисных организациях процессы были специализированы: появились служащие, работавшие на приеме, в обязанности которых входила регистрация прибывающих, предварительное бронирование номеров, расчеты с клиентами. Специализированный отдел вел бухгалтерию. Существовали свои хозяйственно – инженерные службы. Профессиональная подготовка осуществлялась на рабочем месте, с простейших операций к вершинам профессионального мастерства. Широкие обмены специалистами, когда французские повара открывали в России свои рестораны, а немцы – трактиры, способствовали.....demo

В 1918 году декретом Советского правительства все сервисные предприятия были национализированы и переданы в ведение местных органов Совет.....demo

С 1939 года идет типовое оснащение ресторанов и гостиниц, что

опять неблагоприятно отражается на благоустройстве и обслуживании клиентов. Исключением была гостиница «Москва», как архитектурный и исторически.....demo

Причудливость социалистической сферы услуг состояла в ее выраженной двойственности, корни которой произрастали из самой социалистической системы. Практически все виды услуг присутствовали на рынке, если понятие «рынок» в принципе приемлемо для социалистической системы хозяйствования. Так или иначе, трудно спорить с тем, что страна чуть было не победившего социализма имела в своем арсенале услуги, распределенные по всем основным классификационным группам: банковские, финансовое посредничество, страхование, связь, транспортные, образование, медицинские, туристские, торговля, общественное питание, рынки, средства размещения, бытовые, культура, физкультура и спорт, инд.....demo

Собственно, финансовое посредничество как услуга на практике не существовало, а банковская сфера и страхование находились в прямом ведении государства («Сбербанк» и «Росгосстрах»). Работа почтовых служб, телефонных и телеграфных линий жестко регламентировалась государством. Признаки рыночных отношений присутствовали фрагментарно и, естественно, нелегально в части «ускорения» и «упрощения» получения услуг типа устано.....demo

Некоторые признаки частного предпринимательства присутствовали в области транспортных услуг представленные частным «извозом» во всех формах. Высоко коммерциализирована была также зона доступа к услуге: например, искусственно создаваемый и поддерживаемый дефицит железнодорожных или авиабилетов предоставлял широчайшие возможности для спекуляции. Аналогичная характеристика может быть дана торговле общественному питанию, рынкам, где предметом сделки зачастую была услуга по допуску к услуге: то есть для того чтобы воспользоваться услугой общественного питания в мало-мальски приличном кафе или ресторане, потребители долж.....demo

Вся система образования, существовала на государственных фондах, которые тем не менее формировались из налоговых средств, изымавшихся у населения. Частный сектор был опять же полулегально представлен услугами репетиторов, преподавателей и должностных лиц вузов и других образовательных учреждений, «помогавших» в решении вопро.....demo

Условно «бесплатная» медицина, подобно образованию, была идеологическим лозунгом. Хотя следует признать, что уровень подготовки советских врачей был достаточно высоким. В то же время материально-техническая база медицинских госучреждений оставляла желать много лучшего. Ситуация, сложившаяся в СССР к 80-м годам 20 века, определила потребителей медицинских услуг как крайне нетребовательных, рассматривающих медицину в весьма ограниченном аспекте, связанном с определенным кругом проблем, среди которых

сущность продукта выражалась чаще всего в избавлении от дискомфорта. Вместе с тем платные медицинские услуги существовали и предоставлялись хозрасчетными клиникам.....demo

Туризм в СССР был преимущественно внутренним и тесно связан с профсоюзами, рыночные отношения фигурировали только в области неизбежного социалистического дефицита популярных направлений, путевки на которые являлись предметом спекуляцииdemo

Отдельно стоит рассмотреть сферу бытового обслуживания населения, под которой понимается совокупность видов деятельности в оказании услуг д.....demo

В современных условиях под бытовой услугой понимают полезную деятельность, направленную на удовлетворение социально-значимых потребностей населения, т.е. индивидуальных потребностей, порождаемых семейно-бытовыми отношениями. Примерами бытовых услуг являются услуги прачечных, химчисток, парикмахерских и салонов, ремонт сложной бытовой техники, уборка частных помещений, оказания услуг нянь и сиделок, риту.....demo

Бытовое обслуживание является социально значимой областью деятельности, поскольку, сокращая время населения на удовлетворение бытовых нужд в домашних условиях, увеличивают свободное время для о.....demo

Различается три этапа развития сферы бытовых услуг в России.

1.Первый этап: до начала приватизации. Сфера бытовых услуг была полностью государственной сферой. В основе планирования лежали не спрос и нужды населения, а «государственный заказ». Рынок услуг жил автономной экономической жизнью. Низкое качество услуг и длительные сроки исполнения привели к высокой доле подпольного частного сектора. Объемы реализации бытовых услуг населению в рамках теневой экономики составляли примерно половину объемов (ремонт и строительство жилья, индивидуальный пошив одежды, ремо.....demo

2.Второй этап связан с созданием кооперативов.

В середине 80-х годов 20 века в сфере быта сложилась парадоксальная ситуация: существенно возросла потребность в бытовых услугах, но при этом снизился спрос на них. Потребители, зная «цену» обслуживания, исходя из прошлого опыта, стали реже прибегать к его помощи, производители же, понимая, что полностью удовлетворить требования заказчиков не имеют возможности, неохотно шли на контакт с потребителями. Такая ситуация объяснялась нехваткой материалов, низким уровнем технического обеспечения, слабой подготовкой персонала и т.д. Людям уже не нужна просто услуга. Они хотят, чтобы служба быта была высокого качества, чтобы она действительно сберегала время и приносила им удовлетворение. И кооперативы оказались первыми в решении проблем перестройки с.....demo

Однако в сфере бытовых услуг кооперирование не получилось, поскольку осталось недоверие населения к кооперативам в связи с

запущенностью правовой регламентации работы, а также в связи с начавшимися структурными разрушениями экономики. Эти обстоятельства привели к оттоку предпринимательской активности из сферы производства в область коммерческой деятельности. Тенденция заключалась в изменении методов работы, юридической основы взаимодействия с государственными органами, трансформации системы распределения, но не более того. При этом многие процессы и явления просто «вышли из тени». Принципиально новой сферы и новых рынковdemo

3. Третий этап связан с настоящим развитием и зависит от оценки роли этой сферы в жизни населения и от влияния общих процессов, происходящих в экономике. В целом надо отметить, что новые технологии оказания услуг, полученные из-за рубежа, стимулировали развитие сервисной деятельности и популяризацию услуг, например, послепродажное обслуживание покупателей с предоставлением бесплатных информационно-консультативных услуг, гарантийного и послегарантийного ремонта и технического обслуживания бытовых машин, приборов и устройств, потребность в этих видах услуг в большей степени сформировались с повышением техн.....demo

В настоящее время Россия значительно отстает от ведущих промышленно развитых стран по важнейшим экономическим показателям. Однако ключевыми признаками постиндустриального общества применительно к России начала 21 века являются: в сфере экономики – переход от производства товаров к производству услуг; в сфере занятости – преобладание класса профессиональных специалистов и техников; в научной деятельности – ведущая роль теоретического знания как источника нововведений и определ.....demo

Услуги в XX веке

В XX. веке индустрия сервиса достигает расцвета. Лидерами в этой области являются США и Европа. Рост технической оснащенности предприятий индустрии сервиса имел своей основой дальнейшее углубление специализации отраслей промышленн.....demo

Все большую роль в маркетинге предприятий сервиса начинают играть вопросы экологии и экономии.....demo

С несколько большим отставанием следуют Франция, Канада, Италия. В Германии и, особенно в Японии в большей степени сохраняются черты индустриальной экономики, и это обстоятельство расценивается экспертами как немаловажная причина сравнительно серьезных экономических проблем этих стран в последние полтора-два десятилетия. Но и здесь развитие услуг в последни.....demo

Расширение позиций сферы услуг в хозяйственной структуре на протяжении XX в. не было равномерным, Первые два десятилетия отмечены во многих развитых странах довольно динамичной экспансией услуг главным образом в результате опережающего развития железнодорожного и водного транспорта, торговли, бытового обслуживания. В 20-х гг.

исключительно благоприятная экономическая конъюнктура не только способствовала масштабному переливу трудовых ресурсов в рассматриваемую сферу, но и вызвала во многих отраслях настоящий бум капитального строительства, в том числе в сферах образования и здравоохранения. К концу этого периода сектор услуг США и ряда стран Европы сформировался в довольно крупную и важную область.....demo

В последующие два десятилетия условия развития практически всех отраслей услуг резко ухудшились и формировались под воздействием разрушительных экономических кризисов, милитаризации экономики и послевоенной конверсии вое.....demo

Еще более негативно сказалась на развитии услуг Вторая мировая война, потребовавшая преимущественной концентрации производственных ресурсов в промышленности. В странах, на территории которых велись военные действия, материальная база отраслей услуг в той или иной степени подверглась разрушению и после войны не соответствовала даже сильно сократившимся потребностям. В послевоенный период опережающее развитие отраслей услуг во многом возобновилось, и позиции этого сектора в хозяйственной структуре.....demo

За прошедшие сто лет сама сфера услуг кардинально преобразилась. В начале XX века круг предоставляемых услуг был ограничен, а в общей структуре преобладали торговля, транспорт, бытовые услуги и крупный массив домашней прислуги. Ныне насчитывается более 160 видов услуг (по классификации ВТО) - от научных исследований до ремонтных услуг, от образования до обслуживания престарелых и инвалидов, и на первый план выдвинулись отрасли, основанные на использовании сложного,.....demo

Важнейшая закономерность эволюции сферы услуг заключается в том, что она развивается не в изоляции от материального производства в интеграции этих видов деятельности, и от глубины интеграции многом зависит эффективность современного хозяйства. Рост взаимодействия и взаимопроникновения вещной продукции и услуг идет несколькими направлениями. В промышленности умножаются трудо-функции, выраженные в форме услуги, неуклонно увеличивается численность инженерно-технического, административного и другого персонала и степень его участия в производстве вещного продукта. мере роста производства товаров и услуг многократно разветвляются усложняются межотраслевые связи этих секторов: в услугах повышаются уровень и качество материального оснащения и обеспечения, |вещном производстве расходы на услуги становятся все более крупной статьёй общих производственных издержек. В последние десятилетия XX в. взаимосвязь двух типов хозяйственной деятельности поднимается на новую ступень: в новых технологиях универсального применения услуги и вещный продукт практически неразделимы, сливаются воедино. Наиболее рельефно это взаимопроникновение выражено в отраслях услуг

информационно-коммуникационного комплекса,demo

Трансформацию производства и общества в направлении услуг исследователи часто определяют как «тихую революцию», подчеркивая тем самым не только фундаментальный характер и общественную значимость этого сдвига, но и постепенный ход изменений, а также отсутствие каких-либо катаклизмов, разрушительных форм и последствий «врастания» нематериальных видов деятельности в общуюdemo

Главные факторы развития сферы услуг

Динамику сферы услуг определяет ряд долговременных основополагающих факторов экономического характера. Формирование в системе общественного разделения труда самостоятельных звеньев, специализирующихся на производстве услуг потребительского назначения, вызвано требованиями закона возвышения потребностей. В составе потребительских расходов населения увеличивается доля расходов на услуги и особенно быстро наdemo

Еще более динамично росли потребности в услугах со стороны производства, и расходы такого рода стали во всех отраслях крупной статьей общих издержек бизнеса. Традиционные виды затрат на сырье, материалы, транспорт и связь всюду существенно дополняются расходами на маркетинг, рекламу, менеджмент, информационно-компьютерные услуги, консалтинг разного профиля, страхование, услуги по связям с общественностью и т. д. Особенно велики расходы на услуги в высокотехнологичных промышленных отраслях и в с.....demo

Стимулирующее влияние на услуги базовых экономических факторов весомо дополнялось в тот или иной период рядом других - социальных, структурных. Дополнительные потребности в услугах, прежде всего бытовых и социальных, порождал непрерывный процесс урбанизации. В результате систематического перемещения населения в города подрывался принцип самообеспечения, самодостаточности, свойственный сельскому образу жизни, а функции, ранее выполнявшиеся в рамках домашнего хозяйства, передавались специализированным структурам общественного производства. Сильно подтолкнуло динамику услуг и массовое вовлечение женщин в производство после Второй мировой войны. С этим обстоятельством прямо связано развертывание системы общественного питания, услуг прачечных и химчисток, учреждений дошкольного воспитания детей и других услуг. Крупный по размерам и разнообразный по назначению комплекс услуг вызвала к жизни массовая автомобилизация: ускоренно развивался автомобильный транспорт, территории западных стран покрылись сетью станций автосервиса, бензоколонок, паркингов, мотелей и других предприятий, обслуживающих широкий круг потребностей автомобилистовdemo

Глубочайшее и многоплановое воздействие на сферу услуг оказала крупномасштабная структурно-технологическая перестройка материального производства в развитых странах в 70-80-х гг. Экономический кризис, с наибольшей силой поразивший традиционные отрасли промышленности, по

существо знаменовал собой переход от индустриальной модели к постиндустриальной, во главе которой стоят высокотехнологичные отрасли промышленности и сфера услуг. На этой волне особенно энергично стали выдвигаться на передовые позиции в хозяйственной структуре «продвинутые», на.....demo

В кризисной ситуации к тому же резко возросли потребности промышленных компаний в высококачественных деловых услугах, способствующих решению многочисленных проблем реструктуризации, -сбытовых, организационно-управленческих, структурных, внедрения технологических инноваций и повы.....demo

Динамика сферы услуг складывалась при довольно заметных отраслевых различиях в ее темпах, что порождало непрерывные изменения в общей структуре, заметно ускорившиеся в последней четверти прошлого века. По темпам роста во всех странах устойчиво лидирует комплекс деловых и профессиональных услуг, представленный службами маркетинга, рекламы, менеджмента, лизинга, научных исследований, а также информационно-компьютерными, консультационными, ауди-торско-бухгалтерскими услугами и т. д. В функции этих услуг входят диффузия в хозяйстве новых технологий, разработка и распространение организационно-управленческих моделей, методов повышения эффективности использования ресурсов и т. д. Быстрее всего растут объемы информационно-компьютерных услуг, использование которых ускоряет процессы информатизации и компьютеризации хозяйства. Стремительно прогрессируют и консультационные услуги по разработке и предоставлению фирмам научных решений в виде информации, экспертизы, рекомендаций по самым разным аспектам бизнеса - производственным, финансовым, управленческим. В последние годы консультанты все чаще непосредственно участвуют по контрактам в управлении фирмами или их подразделениями, в маркетинговых исследованиях, программах повышения эффективности. В число лидеров по динамическим показателям входит и ряд очень популярных в предпринимательской среде нетехнических видов бизнес-услуг - по подбору персонала, связям с общественностью, поддержанию на фирмах нормального психол.....demo

Тема 2 Сервисная деятельность как способ удовлетворения потребностейdemo

Все множество клиентов – потребителей услуг можно разделить на две основные....demo

–клиенты потребительского рынка, или массовые индивидуальные клиенты – это физические лица, получающие, заказывающие либо имеющие намерение получить или заказать услуги для личных нужд, оплата которых осуществляется и.....demo

–корпоративные клиенты – организации различного профиля, крупные корпоративные клиенты требуют расширенного набора услуг и согласны платить за него больше, чем за стандартный, если услуги

предоставляются с высоким у.....demo

Клиенты и их потребности

Люди покупают товары и услуги для удовлетворения своих конкретных потребностей. Некоторые потребности зарождаются на бессознательном уровне, другие - формируются по мере развития личности человека. Когда человек ощущает какую-либо потребность, у него появляется мотив к действиям, позволяющим ее удовлетворить. Понятие «потребность» породило в хозяйственной практике и науке целый ряд терминов, среди которых ключевой – «потребитель», обозначающий конечного пользователя приобретенного товара, услуги, сервисного продукта, т.е. той организации или того человека, которые пользуются результатами деловых, торговых, т.....demo

1.Выделяют следующие виды потребностей: Физиологические потребности – это основные потребности, реализация которых поддерживает жизнь человека: еда, воздух, вода, одежда, жилье. Они составляют базисную категорию потребностей и доминируют над другими потребностями, когда хронически.....demo

2.Потребность в безопасности – личная физическая безопасность, защита здоровья, порядка, стабильности, знакомой сре.....demo

3.Социальные потребности – потребность в любви, привязанности, принадлежности,....demo

4.Потребность в уважении – желания силы, хорошей репутации и престижа, доверия, независимости и свободы, признания, внимания, важности.....demo

5.Потребность в самореализации

Наличие в обществе человеческих потребностей, а также их трансформация определяются двумя важнейшимиdemo

–необходимость воспроизводить биоприродное начало человека – в силу действия этого фактора человеку присущи первичныеdemo

–важностью развития социальных и духовно – культурных качеств человека – данный фактор порождает колоссальный объем вторичныхdemo

Важно также различать общественные и индивидуальные потребности. Общественные потребности свойственны большим группам людей, населению страны в целом. Они требуют особых способов удовлетворения. Индивидуальные потребности не отделены непроходимой стеной от общественных. Они отображают личностные. Т.е. неповторимые по сочетанию и вариативности, комбинации потребительских запросов, свойственных конкретным людям, значительную часть которых индивид реализует самостоятельно или через.....demo

Многие услуги как раз и существуют, чтобы удовлетворить потребности каждого уровня. Однако, не стоит забывать, что поведение человека обычно не определяется единственной потребностью и не все поведение мотивировано основны.....demo

Факторы, влияющие на покупательское поведение

Теория потребностей не учитывает индивидуальные отличия людей. Логичнее предположить, что каждый человек на основании своего прошлого опыта формирует иерархическую структуру потребления. Кроме того, современные потребители отличаются в своем образе жизни, вкусах, ожиданиях, требованиях, которые, в свою очередь, постоянно изменяются. Все это привело к необходимости изучения п.....demo

Одна из моделей поведения рассматривает поведение потребителя в зависимости от принадлежности к роду, от образа жизни потребителя. Образ жизни – это то, как человек живет, это нечто большее, чем социальный класс или индивидуальность. Сюда входят товары и услуги, которые потребитель покупает, а также то, как он их оценивает и как он видит самого себя. На образ жизни потребите.....demo

1. Внешние влияния – силы вне сферы влияния индивидуума, они формируют внешнюю среду, в которой он живет, воспринимает внешний мир. На поведение воздействует ряд ключевых факторов внешнего влияния – культура, референтные группы, принадлежность к классу, социальному статусу, статистические характеристики (возраст, пол,.....demo

2. Внутренние влияния формируются в уме человека: страх, гнев, радость, печаль, отвращение, ожидание, удивление. Сегодня производители товаров и услуг все больше думают о том, как захватить эмоции потребителя, вызвать у покупателя ощущение уникальности предлагаемого им продукта. **Мотив** – это внутренняя сила, созданная потребностью или желанием, она стимулирует и заставляет человека действовать. Мотивы потребителей могут находиться в различных соотношениях между собой и наличными внешними обстоятельствами: усиливать или ослаблять друг друга, вступать во взаимные противоречия и в противоречия с объективными возможностями реализации действия (например, покупки). Поэтому формируется мотивация как процесс побуждения человека к совершению тех или иных действий и поступков, часто требующий анализа и оценки альтернатив, выбора и принятия решений. Как показывает практика, иногда люди не отдают себе отчета, в чем состоит истинный мотив покупки. Тем не менее, налаживая и закрепляя контакт с покупателем, следует выяснить, какие мотивы именно для него имеют большое значение. Наиболее распространенными мотивами ХЕ "Покупка: мотивация" покупки являются выгода, здоровье, престиж, комфорт и желание. **Восприятие** ХЕ "Восприятие" – это то, как мы понимаем мир вокруг нас, воспринимаем импульсы, поступающие из окружающей среды в виде звука, в виде звука, света, аромата и т.д. Один и тот же набор импульсов, поступающих через органы чувств (глаза, уши, нос, кожу, рот) может быть по-разному воспринят различными людьми. Так как потребители принимают решение о приобретении услуги, основываясь на своем восприятии, необходимо стараться создать позитивное восприятие своих услуг в умах потребителей. **Личность** ХЕ "Личность" – это целый набор психологических характеристик, которые свойственны индивидууму. Так, люди классифицируются по типам темперамента на холериков,

сангвиников, флегматиков и меланхоликов. **Самомнение ХЕ "Самомнение" (самопредставление)** – черта характера человека. Действительное самопредставление (как он себя видит) отличается от идеального (каким бы хотел себя видеть). Какую-то из этих самооценок (или все сразу) чел.....demo

Таким образом, стиль жизни потребителя ХЕ "Потребитель: стиль жизни" представляется функцией внутренних и внешних влияний. Таким образом, изучение характера и механизма влияния разнообразных факторов на поведение потребителей дает возможность определить вероятную реакцию клиентов наdemo

Способ удовлетворения потребностей за счет индустрии сервиса

Формирование тесных связей между промышленными производством и услугами, привело к тому, что труд и обслуживание людей на предприятиях сервиса во многих случаях организован по типу **индустриального производства. Индустриальное производство** осуществляется в рамках крупных промышленных комплексов, труд на которых отличается высоким уровнем технической вооруженности. Это позволяет многократно увеличить производительность труда и получать масштабные объемы выпускаемой продукции, способной удовлетворить массовый спрос. Таким образом, сервисная деятельность современного типа приобретает индивидуализированный характер, ориентируясь на личные и групповые запросы потребителей. Но одновременно она во многом опосредуется индустриальным производством, выходя на обслуживание массового потребителя. Все это позволяет говорить о производстве сервисного продукта в развитых странах или о наличии в них **индустрии сервиса**. В настоящее время правомерно сказать «индустрия перевозок», «индустрия развлечений», «индустрия ресторанного бизнеса». Все указанные направления сервисной деятельности, опираясь на технику и технологии организации труда промышленного типа, способны обслуживать миллионы потребит.....demo

Когда говорят о человеческих потребностях, о потребностях общества, подразумевают нужду, надобность в чем – либо, которая осознается людьми, требуя своего удовлетворения и организуя тем самы.....demo

Зависимость сервисной деятельности от географических и демографическихdemo

Связь сервисной деятельности с геоландшафтными, почвенно – климатическими условиями жизнедеятельности опосредуется теми потребностями, которые эти условия порождают в обществе. В процессе освоения различных природных территорий, человек приспособлял процессы удовлетворения своих потребностей к окружавшим его условиям жизни.....demo

Эта зависимость от географического фактора всегда отражалась на

хозяйственных занятиях людей, порождая в обществе систему разд.....demo

Технический процесс и государственная политика во многом смягчают издержки неблагоприятных природных условий жизни, но не устраняют их совсем. И в настоящее время мировое разделение труда, мировой хозяйствo развиваются с учетом географического расселения людей. Продолжает сохраняться связь между природной средой и повседневными потребностями людей, что заставляет современный сервис приспособляться.....demo

На характер и содержание сервисной деятельности влияет не только климат и ландшафт, но и плотность, структура размещения людей на территории. Одним из наиболее важных факторов территориального размещения людей являются городские и се.....demo

И урбанизация в настоящее время выступает мощным фактором социально – экономического развития, включая и сервисную де.....demo

Демографические факторы связаны с численным составом и рядом воспроизводственных характеристик населения. Эти характеристики в немалой степени определяют темпы развития и качественные особенности деятельности хозяйственно – экономической практики. Динамика изменений в пропорциях возрастных групп существенно влияет на расширение или сужение деятельностиdemo

Также способы удовлетворения потребностей зависят от стратификационного деления общества, в отношении равенства – неравенства, в принадлежности людей к определенным классам и социальным слоям, в позициях, которые они занимают в социальной иерархии, в их неодинаковых притязаниях и ценн.....demo

Сервисные организации, учитывая процессы социально – потребительской и вкусовой дифференциации, вырабатывают широкий диапазон услуг, ориентированных на разные группы населения. Вместе с тем сервис не в состоянии решать острые соц.....demo

Множество форм и способов сервисного обслуживания направлены на реализацию повседневных потребностей людей: на поддержание их существования, условий быта, отвечающих современным критериям технологичности, удобства, гигиены, здорового образа жизни, что позволяет их причислить к материальным услугам. В результате оказания материальных услуг потребляются конкретные ресурсы жизнеобеспечения – энергоресурсы, товары повседневного спроса, тех.....demo

Современный сервис в значительной степени ориентирован на гибкий характер и мягкую структуру социально – культурных потребностей, способствуя их трансформации в нужном для себ.....demo

Основное общественное назначение сервисной деятельности и сферы услуг состоит в том, чтобы способствовать удовлетворению многообразных массовых потребностей, а также различных индивидуальных запросов. Участвуя в реализации общественных потребностей, сервисная деятельность укрепляет социальную безопасность,

вносит заметный вклад в обеспечение современного развития производственных коллективов, способствует повышению уровня и качества жизни населения. Удовлетворяя индивидуальные потребности, сервис позволяет организовать труд, быт и отдых каждого человека, укрепляет его общественные и семейно – дружественные связи, помогает развивать и реализовать за.....demo

Тема 3 Сфера услуг и особенности ее функционирования

Основным содержанием и целью деятельности организаций сферы сервиса, является предоставление услуг потребителю и соответствующее, с их помощью, удовлетворение.....demo

Специфика услуг как товара

За последнее столетие само понятие товара эволюционировало весьма значительно. Как экономическая категория в современном понимании, **товар** ХЕ "Товар" – это все, что может быть предложено на рынке для удовлетворения желаний или потребностей. Товарами являются материальные объекты, услуги, опыт, мероприятия, образы, индивидуальности, места, объекты собственности, организа.....demo

В этой связи Теодор Левитт, один из идеологов современного маркетинга, уверял, что потребители “приобретают не сверла диаметром в четверть дюйма, а отверстия того же диаметра”. Потребителю нужна не зубная паста, а здоровые зубы и свежий запах изо рта. Женщина приобретает не крем для лица, а увлажнение кожи; находясь в салоне красоты, она лишь на первый взгляд делает стрижку и окраску волос, а на деле приобретает красоту, молодос.....demo

Суть такого товара, как мотоцикл, - скорость и свобода. Суть йогурта - удовольствие и польза. Суть пищевого оборудования не в технических характеристиках, габаритах и весе - это стабильный пищевой бизнес. Ну а мыло приобретают для чистоты. Другим словами в каждом перечисленном случае потребитель получает то, в чем была его нужда, потребность, выделяя товар по комплексу осязаемых и неосязаемых свойств, включающих в себя упаковку, цвет, цену, престиж производителя или торговца. Для потребителя важно не предложение, а скорее субъектив.....demo

В основе лежит стержневая выгода ХЕ "Выгода" – **та услуга, или преимущество**, которую приобретает покупатель. Остановившись в гостинице, турист обменивает свои деньги на «отдых и сон», покупатель электродрели приобретает «отверстия», производители косметики продают своим потребителям надежду. Производители обуви установили, что покупка обуви стала эмоциональным действием, потому обувной бизнес сейчас – в большей степени про.....demo

Следовательно, **любой товар – это заключенная в упаковку услуга** для решения определенной проблемы потребителя. В этом плане необходимо выявить скрытые за товаром нужды и продавать не свойства,

a.....demo

Главное отличие услуг, связанных со сбытом и эксплуатацией товаров, от других видов услуг заключается в неразрывной связи «товар – услуги», причем, товар может быть продан и без комплекса услуг, но услуги без товара п.....demo

Как специфической экономической категории услугам, несмотря на их разнообразие, присущи **характеристики** ХЕ "Характеристики услуг" , которые являются уникальными и присуще всем услугам: неосязаемость, неотделимость от источника, непостоянство (гетерогенность) качества услуг, недолговечность и отсут.....demo

Характеристики услуги

1.Неосязаемость. Большая часть услуг неосязаема. Материальный продукт можно увидеть, потрогать, услышать или понюхать, а если это съедобный продукт, то и попробовать на вкус. Услуги не являются материальными объектами, большинство услуг являются действиями, поэтому услугу невозможно продемонстрировать до ее покупки. Поэтому необходимо продумать, как повысить осязаемость услуг. Другие услуги сочетают неосязаемый конечный продукт с материальным продуктом, как в случае с ресторанами и его едой или оформлением интерьера. После покупки услуги потребитель получает неосязаемый продукт, а скорее ощущения: удовлетворения, восторга, разочарования, досады, гнева, а продавцы услуг должны уметь определять чувства, испытываемые потребителем. Неосязаемость услуги предопределяет особенности взаимоотношений между продавцом и покупателем услуг. Покупателю порой нелегко разобраться и оценить, что продается, до получения услуги. В связи с этим покупатели вынуждены полагаться на то, что их не обманут и не подведут. Поэтому при продаже услуги, и особенно при выведении на рынок новых услуг, очень важны подготовительные мероприятия, система внешнего представления, сопроводительные материальные атрибуты, репутация и имя продавца в деловых кругах. Чтобы повысить степень доверия и укрепить желание клиента, продавец услуг вынужден предпр.....demo

- попытаться представить свою услугу в осязаемом виде и максимально повысить восприятие клиентом этой ос.....demo

- подчеркнуть значимость услуги и особенную ценность для конкретного пок....demo

- заострить внимание на прямых и побочных выгодах от предлагаемого обслу....demo

- привлечь к пропаганде своей продукции известную личность, максимально использовать благоприятную ситуацию (событие) или применить оригинальные методы продвижени.....demo

Для имитации материальности услуги можно использовать атрибутивные элементы: предложить клиенту буклеты и брошюры с информацией о предприятии, квалификации и опыте сотрудников, отзывами благодарных клиентов, подробным описанием услуг и всего, что с ними

связано. Материальным выражением услуг дизайнера или архитектора являются эскизы, наброски, документы, кино-, видео- и фотоматериалы, связанные с реализацией конкретных проектов. Иногда компьютерные образы хорошо помогают усилить восприятие вещественности некоторых услуг и даже систем обслуживания. Фирмы, предоставляющие услуги, стараются выбрать эмблемы сервисных марок и знаков обслуживания, изображающие материальные, реальные предметы. Многие крупные сервисные компании выпускают собственные информационные сборники, издают роскошные журналы, где рассказывают о профессиональной деятельности и случаях из практики. Аккуратный внешний вид сотрудника, непосредственно контактирующего с клиентом или его уполномоченными, также является важным материальным проявлением имиджа услуги, да и самого продавца. Неосвязаемость услуг существенно затрудняет процессы планирования, контроля качества, ценообразования и продвижения их на рынок. В этих областях приходится изрядно потрудиться, чтобы добиться согласования желаемого с действит.....demo

2.Отсутствие владения. Важным следствием неосвязаемости является то, что для большей части услуг результат приобретения услуги не подразумевает право собственности на нее, а приобретение товара такое право собственности дает. Когда потребитель приобретает товар, он получает личный доступ к нему на неограниченный промежуток времени и право распоряжаться им по своему усмотрению. Например, человек, который покупает стереосистему, может делать с ней все, что захочет: наслаждаться музыкой, подарить ее, использовать как подставку для телевизора или продать. У покупателя услуг такого права нет. Если вы покупаете билет на концерт, вы получаете право быть в числе зрителей только в определенный день и время и не можете присутствовать еще раз, пока не купите другой билет. Из-за отсутствия владения фирмы, предлагающие услуги, должны прилагать особые усилия для привлечения потребителей к повторному использованию услуги. Этому способствует и укрепление имиджа, и поощрение постоянных клиентов с.....demo

3.Неотделимость от источника. Услуги предоставляются непосредственно заказчику. Это отличает их от материальной продукции, которая выпускается, как правило, ориентируясь не на конкретного потребителя, а на общий рынок спроса. Поэтому сначала нужно найти потребителя, а затем ее реализовать. Услуги можно оказывать только тогда, когда поступают заказы от конкретных клиентов. В связи с этим производство и потребление услуг тесно взаимосвязаны и не могут быть разорваны. В то же время степень близости между продавцом и клиентом может быть различной. Значительная часть деловых услуг может предоставляться с участием, но без присутствия покупателя: маркетинговые услуги, перевозки, производственные услуги, строительство и др. Некоторые услуги могут оказываться клиенту с помощью технических средств (компьютерные информационные системы, телефонная,

факсимильная связь и др.) или посредством письменных коммуникаций (обучение с целью повышения квалификации, консультации, ответы на письменные запросы и пр.). В этих случаях прямые контакты производителя и покупателя ограничены. Услуги неотделимы от своего источника, будь то человек или машина. Реализация и производство в сфере обслуживания базируется на прямых контактах между производителями и потребителями. Производство и потребление большинства услуг неразделимы: они могут потребляться в процессе изготовления, т. е. **одновременно** предоставляются и потребляются. Физические товары, например телевизор, сначала производят, после чего хранят, затем продают и, наконец, потребляют. Однако совет, который дает врач пациенту, дается и воспринимается одновременно. Второй формой неотделимости от источника является **присутствие покупателя** при создании услуги. Преподаватель не может предоставить услугу, если в аудитории нет студентов, осмотр в кабинете врача не может быть осуществлен в отсутствие пациента, так же, как и поездка в поезде без пассажиров. **Совместное потребление** некоторых услуг является третьей формой неотделимости от источника. Некоторые услуги поставляются для большой группы покупателей. Слушатели концерта, пассажиры поезда, студенты в аудитории присутствуют при процессе потребления услуги одним человеком. Их поведение определяет степень удов.....demo

4.Непостоянство качества услуг. Одной из основных характеристик услуг является то, что ее качество может сильно изменяться в зависимости от того, кто, когда и как ее предоставляет. Большая часть услуг выполняется людьми, поэтому покупатель и человек, оказывающий услуги, вынуждены взаимодействовать. Полученный результат зависит от их общих действий и от восприятия покупателя. С другой стороны, человек, оказывая одну и ту же услугу, может варьировать свои действия при каждом отдельном ее исполнении. Большую роль при этом играет физическое и психологическое состояние, которые не могут быть одинаковыми каждый день. Важнейшую роль в изменчивости услуги играет сам клиент. Каждый потребитель является единственным в своем роде, и каждая услуга в большей или меньшей степени отражает нюансы требований и желаний потребителей. Это делает невозможным массовое производство очень многих видов услуг. Важным следствием непостоянства качества предоставления услуги и различия в восприятии покупателей является то, что большая часть услуг не поддается попыткам стандартизации, ведь каждый клиент отличается в своих желаниях как до предоставления услуги, так и во время ее. Во многих случаях порядок предоставления услуг определяет тот, кто ее выполняет. Человек, оказывающий индивидуальные услуги, должен при этом ориентироваться на потребности и желания клиента. Непостоянство качества оказания услуг осложняет осуществление контроля и гарантий качества, а также создает проблему норми.....demo

5.Несохраняемость или недолговечность. Большая часть услуг

из-за того, что они одновременно производятся и потребляются, не может быть сохранена с целью дальнейшего использования. Услугу нельзя унести домой, но тот, кому ее оказали, способен получать удовольствие в течение долгого времени после ее приобретения. Недолговечность услуги не создает особых проблем менеджерам, если спрос на нее довольно устойчивый. В периоды, когда спрос резко колеблется, используются различные способы устранения несоответствия меж.....demo

Таким образом, для услуг характерно:

–Большая вовлеченность потребителей в производственный процесс. Поведение и опыт потребителя могут способствовать или препятствовать скорости и эффективности процесса.....demo

–Необходимо уметь общаться с потребителем.

–Потребителю сложно ценить качество многих услуг, поэтому необходимо постоянно повышать уровень информированности потребителей и формировать атмосферу доверия между сервисной фирм.....demo

–Для сферы услуг важен временной фактор. Необходимо понимать, что потребитель ограничен во времени и значительные временные затраты на получение услуги воспринимаются.....demo

–Существует эксклюзивность предоставления услуг, т.к. существует индивидуальной контакт потребителя и исп.....demo

Приобретение товаров достаточно часто сопровождается **сопутствующими услугами** (предпродажная подготовка автомобилей, доставка товара, обучающие программы по эксплуатации оборудования). Приобретение услуг также сопровождается сопутствующими товарами. Так, авиакомпании предлагают широкий ассортимент блюд, напитков, которые являются неотъемлемой частью основной услуги – авиаперевозки. Производитель кухонной мебели может качественно улучшить свое предложение, предоставляя покупателям услуги про.....demo

Классификация типов и видов услуг

Экономика любой страны разделяется на три различных сектора ХЕ "Модель: Фишера-Кларка" : добывающий сектор (первичный), куда входит сельское хозяйство и горнодобывающая промышленность, сектор производства товаров (вторичный сектор экономики) и сектор услуг (третичный сектор). В зависимости от того, в чем именно проявляются услуги, сферу сервиса чаще всего условно подраздел.....demo

–производство материальных услуг (транспорт, торговля, жилищно-бытовое обслуживание и.....demo

–производство нематериальных услуг (управление, деятельность армии и органов безопасности, образование, здравоохранение, наука, искусство, шоу-бизнес, социальное обслуживание, маркетинг, аудит, кредитование, стр.....demo

Исторически каждый вид услуг рассматривался отдельно, как особая сфера деятельности с только ей присущими особенностями. А вся сфера услуг представлялась как совокупность этих многих видов деятельности и

фактически сводилась к их перечислению. Можно выделить пять.....demo

1.Производственные ХЕ "Услуги: производственные" - инжиниринг ХЕ "Инжиниринг" , лизинг ХЕ "Лизинг" , обслуживание и ремонтdemo

2.Распределительные ХЕ "Услуги: распределительные" - торговля, транспорт....demo

3.Профессиональные ХЕ "Услуги: профессиональные" - банковские, страховые, финансовые, консультационные,.....demo

4.Потребительские ХЕ "Услуги: потребительские" - так называемые массовые услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпре.....demo

5.Общественные ХЕ "Услуги: общественные" - телевидение, радио, образование,demo

Кроме того, услуги различаются по множеству других классификационных признаков. Все они позволяют оттенить и проанализировать разнообразные функции сервисной деятельности в соврем.....demo

Стандартизированные и творческие услуги различаются по степени их алгоритмизации. Стандартные виды услуг оказываются по строго установленным правилам. Творческие услуги могут формироваться и изменяться по индивидуальным требова.....demo

Производственные и непроизводственные услуги осуществляются в разных сферах деятельности общества. К производственной сфере можно отнести, например, транспортировку грузов и техническое обслуживание оборудования, к непроизводственной - услуги здравоохранения, культуры, туризма, отдыха, жилищное и коммунальное хозяйство, науку и научное обслуживание, кредитование, страхование, государственное управление и оборону, некоммерческие организации, обсуживающие до.....demo

Коммерческие и некоммерческие услуги различаются конечной целью. Первые производятся с целью получения прибыли и другой коммерческой выгоды. Вторые не нацелены н.....demo

По **форме организации услуг** их можно разделить на **государственные** ХЕ "Услуги: государственные" и **негосударственные** ХЕ "Услуги: негосударственные" . Различие между ними не в том, что оказанием одних заняты государственные организации, а других - частные. Ряд негосударственных по своей природе услуг вполне могут оказать и предприятия государственной формы собственности. Главное различие этих видов услуг состоит в том, что государственные услуги в принципе не могут быть оказаны н.....demo

Услуги делят на **чистые** ХЕ "Услуги: чистые" и **смешанные** ХЕ "Услуги: смешанные" . Чистая услуга является единственным видом деятельности производителя (специализированное производство услуг). **Смешанная услуга сопровождает товарно-материальные ценности**, облегчая их обращение и делая их более привлекатель.....demo

В сервисологии существует понятие идеальной услуги и реальной услуги. Идеальная услуга ХЕ "Услуга: идеальная" - это абстрактная

теоретическая модель того или иного вида сервисной деятельности. Реальная услуга индивидуализирована исполнителями, потребителями, конкретными ус.....demo

Легитимные и нелегитимные услуги ХЕ "Услуги: легитимные" различаются по отношению к ним государства и общества. Легитимные услуги одобряются государством и обществом, нелегитимные - осуждаются и обычно преслед.....demo

Экономика любой страны разделяется на три различных сектора ХЕ "Модель: Фишера-Кларка" : добывающий сектор (первичный), куда входит сельское хозяйство и горнодобывающая промышленность, сектор производства товаров (вторичный сектор экономики) и сектор услуг (третичный сектор). В зависимости от того, в чем именно проявляются услуги, сферу сервиса чаще всего условно подраздел.....demo

–производство материальных услуг (транспорт, торговля, жилищно-бытовое обслуживание и.....demo

–производство нематериальных услуг (управление, деятельность армии и органов безопасности, образование, здравоохранение, наука, искусство, шоу-бизнес, социальное обслуживание, маркетинг, аудит, кредитование, стр.....demo

Исторически каждый вид услуг рассматривался отдельно, как особая сфера деятельности с только ей присущими особенностями. А вся сфера услуг представлялась как совокупность этих многих видов деятельности и фактически сводилась к их перечислению. Можно выделить **пять.....demo**

6.Производственные ХЕ "Услуги: производственные" - инжиниринг ХЕ "Инжиниринг", лизинг ХЕ "Лизинг" , обслуживание и ремонтdemo

7.Распределительные ХЕ "Услуги: распределительные" - торговля, транспорт....demo

8.Профессиональные ХЕ "Услуги: профессиональные" - банковские, страховые, финансовые, консультационные,.....demo

9.Потребительские ХЕ "Услуги: потребительские" - так называемые массовые услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпре.....demo

10.Общественные ХЕ "Услуги: общественные" - телевидение, радио, образование,demo

Кроме того, услуги различаются по множеству других классификационных признаков. Все они позволяют оттенить и проанализировать разнообразные функции сервисной деятельности в соврем.....demo

Стандартизированные и творческие услуги различаются по степени их алгоритмизации. Стандартные виды услуг оказываются по строго установленным правилам. Творческие услуги могут формироваться и изменяться по индивидуальным требова.....demo

Производственные и непроизводственные услуги осуществляются в разных сферах деятельности общества. К производственной сфере можно

отнести, например, транспортировку грузов и техническое обслуживание оборудования, к непроизводственной - услуги здравоохранения, культуры, туризма, отдыха, жилищное и коммунальное хозяйство, науку и научное обслуживание, кредитование, страхование, государственное управление и оборону, некоммерческие организации, обслуживающие до.....demo

Коммерческие и некоммерческие услуги различаются конечной целью. Первые производятся с целью получения прибыли и другой коммерческой выгоды. Вторые не нацелены н.....demo

По **форме организации услуг** их можно разделить на **государственные** ХЕ "Услуги: государственные" и **негосударственные** ХЕ "Услуги: негосударственные" . Различие между ними не в том, что оказанием одних заняты государственные организации, а других - частные. Ряд негосударственных по своей природе услуг вполне могут оказать и предприятия государственной формы собственности. Главное различие этих видов услуг состоит в том, что государственные услуги в принципе не могут быть оказаны н.....demo

Услуги делят на **чистые** ХЕ "Услуги: чистые" и **смешанные** ХЕ "Услуги: смешанные" . Чистая услуга является единственным видом деятельности производителя (специализированное производство услуг). **Смешанная услуга сопровождается товарно-материальными ценностями**, облегчая их обращение и делая их более привлекатель.....demo

В сервисологии существует понятие идеальной услуги и реальной услуги. Идеальная услуга ХЕ "Услуга: идеальная" - это абстрактная теоретическая модель того или иного вида сервисной деятельности. Реальная услуга индивидуализирована исполнителями, потребителями, конкретными ус.....demo

Легитимные и нелегитимные услуги ХЕ "Услуги: легитимные" *** различаются по отношению к ним государства и общества. Легитимные услуги одобряются государством и обществом, нелегитимные - осуждаются и обычно преслед.....demo

Воспринимаемое качество ХЕ "Качество услуги: воспринимаемое" . Чтобы оценить качество услуг или предоставляемого обслуживания, потребители испытывают большие трудности, чем при определении качества продукции, имеющей материальную форму. Качество часто определяется как «пригодность к использованию». Однако более подходящим определением качества услуги может быть «удовлетворение покупателя». Это определение охватывает суть качества для услуг, подчеркивая тот важный факт, что качество существует в глазах покупателя. Покупатель является окончательным судьей качества. Поэтому оценка качества должна производиться с помощью критериев, используемых д.....demo

Если покупательское восприятие того, что они получили, соответствует или превосходит их ожидания от услуги, они будут удовлетворены, а, следовательно, для покупателя создана ценность. Чем

выше воспринимаемое качество, тем выше полученная ценность услуги. Вместе с тем на ожидания людей относительно качества слуг сильно влияет их предыдущий потребительский опыт. Они сравнивают услугу с подобной услугой, оказанной другой компанией; с услугами, предлагаемыми конкурентами компании в данной отрасли, с похожими услугами в другой отрасли, они обычно основывают свои ожидания относительно ее качества на таких факторах, как мнение родственников и знакомых, сведениях в ср.....demo

Внутренние присущие признаки. Внутренние присущие признаки ХЕ "Признаки: внутренние" – это выгоды, которые предоставляются покупателю. Их часто можно связать с двумя видами услуг: основной и дополнительной. Основная услуга ХЕ "Услуга: основная" является базисом, или минимальной выгодой, которую клиент получает от услуги. Например, при перевозке пассажира на воздушном транспорте основная услуга может быть определена как «транспортирование покупателей на самолете из одного аэропорта в другой безопасно и комфортно». Дополнительные услуги ХЕ "Услуга: дополнительная" включают еду, напитки, газеты, кинофильмы, одеяла, связанную с пол.....demo

Часто без дополнительных услуг основная услуга невозможна, ее относительная важность зависит от приро.....demo

Внешние признаки. Внешние признаки ХЕ "Признаки: внешние" связаны с самой услугой, но существуют вне основной услуги. Репутация университета в определенной дисциплине обеспечивают внешней ценностью образовательную степень, получаемую в данном учебном заведении. Дополнительную ценность может представлять и расположение фирмы в фешенебельном районе. С внешними признаками связаны психологические выгоды, например, потребление услуги в определено.....demo

Цена в стоимостном выражении ХЕ "Цена услуги: в стоимостном выражении". Это сумма расходов, которые несет покупатель при получении услуги. Она включает цену, начисляемую сервисной организацией, а также другие расходы, которые должен понести покупатель для получения.....demo

Не денежная цена ХЕ "Цена услуги: неденежная". Любая, отличная от финансовой, жертва, которую покупатель должен приносить для доступа и получения услуги, определяется как не денежная цена. Онаdemo

– время, потраченное на поиски услуги, на переезд к месту оказания услуги и обратно, на ожидание и выполне.....demo

– психологические затраты: воспринимаемый риск и беспокойство, ощущаемые до и после выполнения услуги (стресс, получаемый до и после хирургической операции, боль, испытываемая в кресле стоматолога), умственные усилия, непривычные ощущения клиента, вовлеченного в процесс оказания услуги, беспокойство клиента, впервые встр.....demo

– физические усилия: (усталость, дискомфорт, иногда телесные повреждения клиента в процессе потребления услуги, если клиент должен

обязательно присутствовать в месте оказания услуги либо сервисный процесс предполагаетdemo

–сенсорные раздражители – это неприятные запахи, сквозняки, жара или холод, неудобные сидения, неприглядное зрелище, непр.....demo

Таким образом, общую ценность услуги формируют:

–комплексность и качество оказания услуги (услуги предоставляются аккуратно, надежно, на стабильном уровне и с хорошей резуль.....demo

–комфорт в процессе оказания услуги;

–компетентность профильного и контактного персонала (обслуживающий персонал обладает требуемыми навыками и.....demo

–гарантии;

–понимание/знание потребителя (удовлетворение индивидуальных потребностей и при.....demo

–обходительность (отзывчивость, вежливость и предупредительность профильного и контактного п.....demo

–репутация и имидж фирмы;

–доступность услуг и оперативность их предоставления (возможность выбора специалиста, филиала/представительства, времени для посещения, дополните.....demo

–коммуникации (доступность информации об услугах компании, ее изложение на языке, понятном для по.....demo

–осязаемые факторы (внешний вид сотрудников, помещений фирмы и другие факторы, отражающие имидж услуг высокого.....demo

–цены и условия оплаты;

–доверительность (на компанию, равно как и ее сотрудников, можно положиться, так как они действительно стремятся удовлетворить любые запросы п.....demo

Восприятие потребителями ценности бывает очень разным, и даже один и тот же потребитель меняет свое мнение в зависимости от конкрет.....demo

Тема 4. Проблемы качества и безопасности в практике современного ...demo

Ключевой фактор достижения конкурентных преимуществ – это качество не только продуктов и услуг, но и бизнес процессов и системы управления организации. Качество имеет решающее значение при удовлетворении требований и ожиданий потребителей, партнеров, акционеров и других з.....demo

Предлагая услуги высокого качества, даже за счет издержек, многие фирмы получают устойчивое конкурентное преимущество за счет увеличения услуг. Приверженность потребителей – это, наверное, самый лучший показатель качества, который отражает способность фирмы удерживатьdemo

Особенности услуг и специфика деятельности сервисных организаций лежат в основе подхода, выделяющего управление качеством услуг в особую область, не связанную с управлением осязаем.....demo

–потребителям труднее определить качество услуг, чем качество т...demo

–качество услуги является результатом сравнения ожиданий потребителя и реального уровня предоставлен.....demo

–оценка качества услуги происходит как на основании результата, так и процесса предоставлен.....demo

Из этих трех положений видно, что ключевым моментом определения качества услуг лежит мнение покупателя, его удовлетворение и восприятие полученной услуги. **То есть оценка качества услуг должна базироваться на критериях, используемых потребителем для этих целей.** Именно эта предпосылка лежит в основе распространенных в настоящее время концепций опред.....demo

Под качество услуги, сервисного продукта понимается комплекс полезных свойств, нормативно – технологических характеристик обслуживания, благодаря которым общественные и индивидуальные потребности удовлетворяются на уровне установленных требований, сопоставимых как с национальными традициями, так и с ми.....demo

Полезные свойства услуги выступают как объективные характеристики, которые проявляются при ее потреблении, отвечают запросам и нуждам потребителей, а также государственно – прав.....demo

Также различают:

1.Производственные свойства услуги – т.е. те, которые создаются в процессе производства и приобретают ярко выраженный материально – ресурсный, технико – технологич.....demo

2.Функциональные свойства услуги – это функциональная пригодность, которая проверяется до выхода услуги.....demo

Потребительские свойства услуги – это совокупность показателей, которые являются для потребителя наиболее значимыми и которые тестирует он сам. **Безопасность услуги** – это показатели качества результата и процесса оказания услуги, характеризующий степень (риск) опасности недопустимых изменений (утраты) для жизни, здоровья, имущества гражда.....demo

В целом безопасность человека в сфере услуг определяется эффективным функционированием данной сферы, отсутствием в ее рамках разног.....demo

К числу наиболее распространенных свойств разного рода угроз, которые можно фиксировать, подсчитывать, сравнивать, относятся.....demo

–количественные характеристики оборудования, инструментов, разного рода материалов и средств, с помощью которых осуществля.....demo

–особенности протекания технологического цикла выполнения услуги;

–информационное обеспечение потребителя относительно важнейших особенностей услуги, ее ре.....demo

–период времени обслуживания потребителя с его участием или срок, в течение которого услуга выполняется без е.....demo

–длительность и надежность использования результатов сервисной деятельности....demo

–характеристики, связанные с санитарией, гигиеной, порядком помещений, где выполняется.....demo

–экологические характеристики услуги;

–характеристики, связанные с безопасностью потребителя и обслуживающего персонала....demo

–численный состав сотрудников, участвующих в процессе обслуживания, а также их профессионально – квалификационные характеристики.....demo

–этические качества обслуживания;

–эстетические качества обслуживания.

Специального внимания персонала требуют к себе следующие стороны процессов обслуживания, как наиболее важные источники.....demo

–работа оборудования, состояние и качество материалов, веществ, продуктов, сырья, задействованных в процессе обслуживания.....demo

–природно – ландшафтные, климатические и физические условия;

–деятельность криминальной среды;

–неквалифицированные действия персонала;

–личные качества сознания или состояния здоровья клиента;

–форс – мажорные обстоятельства.

Управление качеством услуг

Объекты стандартизации

Объектами стандартизации является продукция, услуги и процессы, имеющие перспективу многократного воспроизведения и (или) использования.....demo

Для выделения номенклатуры показателей качества услуг в России введен в 2003 г. ГОСТ Р 52113-2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества». Данный стандарт устанавливает следующую номенклатуру основных групп показателей качества ХЕ "Показатели качества: по номенклатуре ГОСТ" по характеристике.....demo

1)показатели назначения;

2)показатели безопасности;

3)показатели надежности;

4)показатели профессионального уровня персонала.

В свою очередь, перечисленные группы подразделяются на подгруппы. При этом показатели качества услуг должны обеспечивать, во-первых, повышение качества услуги и соответствие требованиям потребителей, во-вторых, соответствие качества услуги передовому зарубежному опыту, в-третьих, учет современных достижений науки и техники; в-четвертых, характеристику свойств услуги на ста.....demo

Показатели назначения данной группы (вида) услуг характеризуют набор свойств услуги, определяющий качество выполнения функций, для которых она предназначена. Это группа показателей делится на.....demo

- 1)показатели применения;
- 2)показатели совместимости;
- 3)показатели предприятия;
- 4)специфические показатели.

Показатели безопасности характеризуют безопасность результата и процессов предоставления услуг для жизни, здоровья, имущества граждан и окружающей среды. Эта группа показателей делится на.....demo

- 1)показатели безопасности для жизни, здоровья и имущества граждан;
- 2)показатели безопасности для окружающей среды;
- 3)показатели сохранности имущества и информации.

Показатели надежности характеризуют свойства надежности и стойкости к внешним воздействиям результата услуги, помехозащищенности результата и процесса оказания услуги, надежности предоставления услуги потребителю. Эту группу показателей подразделяют на.....demo

- 1)надежность результата услуги;
- 2)стойкость результата услуги к внешним воздействиям;
- 3)помехозащищенность;
- 4)надежность предоставления услуги.

Показатели профессионального уровня персонала предприятия (исполнителя услуг) включают триdemo

- 1)уровень профессиональной подготовки и квалификации, в том числе теоретические знания и умение применять их на.....demo
- 2)способность к руководству (для руководителей предприятий, менеджеров, метрдотеле.....demo
- 3)знание и соблюдение профессиональной этики поведения.

Методы контроля и оценки показателей качества услуг классифицируют по следующим п.....demo

- 1)цели применения;
- 2)физико-статистические признаки и процедуры;
- 3)методы формирования результатов.

Для обеспечения качества ряда специфических услуг, например, общественного питания, торговых услуг и других разработаны соответствующ.....demo

Согласно ГОСТ Р 50764-95 услуги общественного питания, обеспечивающие удовлетворение потребностей и гармонизацию интересов потребителей и предприятий (предпринимателей), предоставляющих эти услуги, должны отвечать следу.....demo

- соответствие целевому назначению;
- точность и своевременность предоставления;
- эргономичность и комфортность;

- эстетичность;
- безопасность и экологичность;
- культура обслуживания;
- социальная адресность;
- информативность, т. е. наличие необходимой информации об услугах и товарах, их номенклатуре, исполнителе, правилах и условиях ока.....demo

Функциональная пригодность услуги является идентифицирующим признаком. К нему относятся широта, полнота и устойчивость ассортимента блюд и готовых товаров, их качество, стабильность качества услуги, профессионализм производственного и обслуживающего персонала, точность и своевременно.....demo

Требования к ассортименту производственно-обслуживающих предприятий дифференцированы по типам и классам предприятий общественного питания и одновременно служат их идентифицирующ.....demo

Стабильность качества услуги обеспечивается соблюдением установленных рецептур, разработанных технико-технологических карт, инструкций, других технологически); и технических документов, регулирующих факторы, которые влияют на обеспечение и поддержание заданного уров.....demo

Требования к производственному и обслуживающему персоналу регламентируются ГОСТ Р 50935-2007 "Услуги общественного питания. Требования кdemo

Точность и своевременность оказания услуги - наиболее значимый показатель функционального назначения, характеризующийся соблюдением установленного режима работы предприятия общественного питания, точностью выполнения заказа потребителя в установленные сроки по ассортименту, количественным характеристикам порционных блюд, напитков и других изделий, точностью расчетов с потребителем, выписки ему счета, оформлени.....demo

Требование назначения услуги включает не только функциональную пригодность, но и социальную адресность (назначение). **Социальное назначение услуги** ХЕ "Услуги: социальное назначение" характеризуется степенью удовлетворенности потребителей (по устным и письменным отзывам, наличию и количеству пищевых отходов готовых блюд, количеству посетителей, повторно или многократно воспользовавшихся предлагаемыми услугами предприятия общественного питания), скоростью обслуживания, обеспеченностью услугами, ориентированными на разные социальные категории потребителей, соответствием уровня цен на услуги уровню их качества. Большинство из указанных показателей имеет только качественную характеристику и носит рекомендательный характер. Требование социального назначения предназначено для удовлетвор.....demo

Соблюдение эргономических требований ХЕ "Эргономика" к

услуге общественного питания определяется органолептическими показателями качества реализуемых потребителю кулинарной и кондитерской продукции, готовых товаров, а также антропометрическими, психолого-физиологическими показателями размеров и внешнего вида зала обслуживания, посуды, приборов, оборудования и т.п. Соблюдение антропометрических, психолого-физиологических и гигиенических требований обеспечивает потребителю комфортность, удобство при потреблении пищи и проведении досуга. При этом удовлетворяются такие разновидности психических потребностей, как органолептические, эргоно.....demo

Эргономические требования к услуге общественного питания включают также **санитарно-гигиенические показатели** основных и вспомогательных помещений (температура, влажность, воздухообмен, освещенность, чистота, шум), которые одновременно относятся и к показателям безопасности. При этом частично удовлетворяется потребность посетителей в безопасности. Санитарно-гигиенические показатели являются обязательными и регламентируются СанПиНами, в том числе СанПиНом 2.3.6.959-2000 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них продовольственногоdemo

Эргономические показатели ХЕ "Показатели качества: эргономические" характеризуют в целом систему «машина-человек», учитывают антропометрические, биомеханические, инженерно-психологические свойства человека, проявляющиеся при эксплуатации объекта или в произво.....demo

Для потребителей услуг общественного питания важна комфортность не только внешней среды, но и психического состояния, поэтому эргономические требования должны включать и этические показатели работы обслуживающего персонала (вежливость, тактичность, доброжелательность, предупредительность, коммуникабельность, бесконфликтность). Эти требования, носящие рекомендательный характер, устанавлива.....demo

Кроме того, **комфортность и удобство** обеспечиваются удобством и рациональностью размещения производственных и обслуживающих помещений, строительных конструкций, оборудования, а также сервировки столов. Эти показатели устанавливаются СНиПами и документами предприятия общественного питания (в пределах рекоменд.....demo

Эстетические требования к услуге характеризуются гармоничностью и целостностью композиции, а также художественной выразительностью фасада, вывесок, помещений предприятия общественного питания, одежды персонала, сервировки столов оформления и подачи кулинарной продукции. Эти требования носят рекомендательный характер и служат идентифицирующими признаками услуг предприятий общественного питанияdemo

Безопасность услуги общественного питания характеризуется

опосредованно через безопасность кулинарной и кондитерской продукции собственного производства и закупаемых готовых товаров; посуды и оборудования, производственного и обслуживающего персонала; здания и помещений (гигиеническая, пожарная); имущества потребителей (личных вещей, транспортных средств), а также метрологическим обеспечением примен.....demo

Безопасность услуги общественного питания - комплексный показатель, наиболее значимый для потребителя и характеризующий состояние услуги, при котором риск вреда или ущерба для его жизни, здоровья и имущества ограничен допустимым уровнем. По степени значимости для создания потребительских предпочтений этот показатель превосходит другие требования, в том числе и функц.....demo

Экологичность услуги, или охрана окружающей среды оценивается по ее загрязненности упаковкой, пищевыми отходами, выхлопными газами от работающего автотранспорта, а также вредным воздействием на окружающую среду (тепловым, шумовым, электромагнитным и т.п.). Вредные воздействия не должны иметь место как при производственных, так и при обслуживающих операциях. Требования безопасности и экологичности услуги относятся к числу обязательных и ре.....demo

1.Стандартизация выступает нормативным условием обеспечения качества, безопасности и конкурентоспособности услуг. Закон «О стандартизации» определяет меры государственной защиты интересов потребителей. Под государственными стандартами обслуживания понимаются организационно – инструктивные и методические документы, разрабатываемые системотехниками, специалистами сервиса и экономистами. В них заключаются требования к целям, организации, технологии и обеспечению различных видов сервисных работ, выполнение которых указанным образом гарантирует высокую степень удовлетворенности потребителей и является обязательным для организ.....demo

2.Сертификация – процедура, посредством которой третья сторона дает письменную гарантию, что продукция, процесс или услуга соответствует заданным.....demo

3.Лицензирование – процедура выдачи лицензий юридическим лицам или индивидуальному предпринимателю на право осуществления конкретного вида деятельности при обязательном выполнении определенных требо.....demo

Тема5. Культура сервиса

Культура сервиса – это система эталонных трудовых норм, высоких духовных ценностей и этики поведения, принципы которой согласуются как с национальными традициями страны, так и с современными требованиями мировых сервисных стандартов и отражают качественное индивидуальное

или массовое обслуживание. В сервисной деятельности немалое значение приобретают психологические особенности процесса обслуживания потребителей. В этом направлении руководители и работники фирмы должны обращать внимание на следующую.....demo

Понятие контактной зоны

Контактная зона – это собирательное понятие, в состав которого входит комплекс факторов, физического (место предоставления услуг), психологического (коммуникативный процесс участников) и профессионального (опыт и знания представителя сферыdemo

Состояние контактной зоны решительным образом влияет на то, обратится ли вторично клиент в данную сервисную фирму. Она делает привлекательной для посетителей службу сервиса. В составе контактной зоны рассматривают пространство контакта, процесс и с.....demo

Работники сервисной организации используют коммуникативное взаимодействие с потребителями в конта.....demo

Пространство контакта

1. Помещение ХЕ "Контактная зона: пространство контакта" , где осуществляется непосредственное обслуживание посетителей (например, салонная часть подразделений службы, съемочные залы фотографий, рабочие залы парикмахерских и пр.), должно быть функциональным и удобным, соответствовать функциональной направленности деятельности конкретного коллектива предприятия сервиса, запоминаться («бросаться.....demo

2. Общая атмосфера помещений должна создавать уют, чтобы посетитель мог почувствовать расслабление, отдых, чему способствуют живые цветы, аквариум.....demo

3. Общее состояние всех помещений должно соответствовать санитарно-гигиеническим нормам, быть чистым и.....demo

4. Прилегающая к предприятию сервиса территория должна быть благоустроена, озеленена и иметь удобный подход и подъезд к предприятию; желательно иметь стоянку для автотранспорта. Вокруг предприятия сервиса, прежде всего, его фасадной части, должно быть хорошее освещение: исправное, с чистыми лампами, желательно со светящимися элементами витр.....demo

5. Если предприятие сервиса находится на заводской или ведомственной территории, оно должно соответствовать архитектурному ансамблю окружающ.....demo

6. Предприятие сервиса должно иметь привлекательное рекламно-художественное оформление (вывеску) с обозначением своей функциональной пр.....demo

7. Интерьер помещения должен отвечать современным эстетическим нормам, оформлен в соответствии с художественным вкусом. Элементы интерьера воспитывают художественно-эстетические вкусы у посетителей и сотрудников, влияют на общий рост культуры, что проявляется в рациональном сочетании привлекательного внешнего вида с

функции.....demo

Отметим еще один, в настоящее время слабоизученный, аспект воздействия пространства контакта на органы чувств. Через органы чувств человек воспринимает огромное количество информации. Большая ее часть проникает в подсознание и влияет на настроение, работоспособность и вызывает различные эмоции ХЕ "Эмоции" и оказывает самое непосредственное и незамедлительное влияние на проц.....demo

Процесс контакта между клиентом и исполнителем

Ключевым отличием процесса обслуживания ХЕ "Обслуживания: процесс" от производственного процесса является участие клиента в операционных процессах. Объектом воздействия и участником создания сервисного продукта является человек – клиент, который выступает не только потребителем услуги, но и создателем проблем для с.....demo

В условиях свободы выбора услуги и отсутствия подчинения клиента сервисной фирме последняя вынуждена изучать клиента и разрабатывать специальные приемы воздействия на потребителя услуги. Эти приемы зависят от степени контакта клиентов и исполнителя услуги. В соответствии со степенью клиента в операционных процессах услуги варьируются от **высококонтактных до низкоконтактных**. Раньше большинство контактов ХЕ "Контактная зона: процесс контакта" происходило в режиме реального времени, в настоящее время контакты опосредуются новыми техническими средствами, хотя, видоизменяясь, роль непосредственных контактов сохраняется. Вместе с тем, какой бы сложной и длинной ни была цепочка продажи, в ней обязательно присутствуют.....demo

Исполнитель услуг выполняет тройную роль, **являясь специалистом** по сервисным операциям, **продавцом и частью самого сервисног.....demo**

Из-за неосвязаемости услуги ему приходится выступать своеобразным экспертом, на чьи знания полагается клиент. При этом клиенты оценивают внешний вид служащих, умение обращаться, а также специальные (технические) навыки. **Для персонала контактирующего с клиентами, важны** межличностное общение ХЕ "Общение межличностное", умение одеваться, умение, работая с клиентом, создаватьdemo

Вторая особенность высококонтактного обслуживания **определяется его сходством с театром**. Все, что предлагается клиенту, - своеобразная игра вокруг какого-то процесса. Служащие должны не только аккуратно выглядеть, но и знать свои реплики при разговоре по телефону, принятии заказа, приветствии и т.д. В.....demo

Третья особенность высококонтактного обслуживания связана с **эмоциональностью....demo**

Многие покупки совершаются под воздействием эмоций, а не логики, поэтому более эффективен продавец, который не просто отвечает на

запрос клиента, а использует также «эмоцио.....demo

Удачные взаимоотношения между потребителями и производителями услуг строятся на взаимной удовлетворенности от полученных результатов, и должны отвечать следу.....demo

1.Первый сотрудник, вступающий в контакт с посетителем, должен быть профессионалом в своей области (пройти специальное обучение) – не только чётко и быстро обслуживать клиента, но и дать совет (по причёске, модели одежды, по особенн.....demo

2.Для эффективного профессионального контакта необходимо строгое соблюдение установленного режима работы, сотрудники должны присутствовать на ра.....demo

3.Лицо, вступающее в контакт с клиентом, должно иметь соответствующий имиджу фирмы внешний облик. Прежде всего, это фирменная одежда, соответствующая профессиональному назначению, удобная, чистая, скромная, выглаженная. Желателен фирменный значок или вышивка. К имиджу в контактной зоне относятся также хорошие манеры, опрятность в работе.....demo

4.Сотрудники должны демонстрировать такое качество, как способность вызвать к себе доверие клиента, «приноровиться»demo

5.В общении должен выражаться достаточный уровень культуры общения с посетителями, умение выбрать адекватную форму обращения («Вы», «товарищ», «гражданин», «господин», «отец», «м.....demo

6.Чтобы контакт проходил без эмоционального напряжения, с взаимным пониманием, хорошим настроением, надо уметь пользоваться знаниями в области коммуникативн.....demo

Содержание контакта

1.Содержательная ХЕ "Контактная зона: содержание контакта" часть прямого взаимодействия заказчика с представителем службы сервиса должна вызвать чувство удовлетворения у клиента. По законам психологии, клиент запомнит доброе отношение к себе и в следующий раз скорее обратится в первуюdemo

2. Следует максимально использовать не прямое воздействие на психику клиента через необходимые сведения о предоставляемых услугах и формах обслуживания, которые нужно представить красиво и эффектно. Это, прежде всего, прейскурант, перечень оказываемых услуг, нормативно-техническая документация (наглядная и легко доступная), копии свидетельства о р.....demo

3.Образцы изготавливаемых изделий, различные виды отделок, используемые материалы должны находиться в закрытом, хорошо обозримом месте (в шкафах, на стендах.....demo

Контакт с посетителем – ядро сервисной деятельности. Здесь нужна профессиональная подготовка, которая должн.....demo

–обеспечение продавцов услуг знаниями о товаре, услугах, (чтобы выглядели компетентными в глазах.....demo

–формирование образа предприятия, атмосферы помещения, имиджа

продавца, чтобы создать доверие у клиент.....demo

- обеспечение продавцов услуг знаниями о категориях клиентов, об их предпочтениях, задаваемых ими вопросах, о часто складывающихся ситуациях, способах у.....demo

- обучение продавцов быстро определять конфликтные ситуации, выбирать способы контроля и управления ими, ра.....demo

Покупая услуги, клиенты приобретают нечто большее, чем стандартные услуги: они покупают и связанный с ними жизненный опыт, и ощущения. Кроме обладания услугой клиент приобретает контакты, общение с другими людьми. Сфера услуг предполагает установление подлинных человеческих взаимоотношений, которые становятся все важнее и во всех других.....demo

Несмотря на желание делать все правильно с самого начала, с первого раза, нельзя игнорировать то, что сбои и неудачи ХЕ "Конфликты" в сервисном процессе все-таки происходят, иногда по причинам, не контролируемым организацией. К специфическим характеристикам услуг, приводящим к несоответствующему уровню обслуживания потребителя,.....demo

- услуги часто предоставляются в режиме реального времени;

- потребители нередко вовлекаются в процесс обслуживания;

- исполнители иногда становятся частью сервисного продукта;

- оценить качество сервисного продукта зачастую очень сложно.

И от того, насколько хорошо компания справляется с жалобами потребителей и решает все возникающие проблемы, в огромной степени зависит, сможет ли она создать постоянную клиентуру или, наоборот, ее бывшие клиенты один за другим уйдут.....demo

Какой выбор действий есть у клиентов, сталкивающихся с недостатками обслуживания? Можно указать четыре основны.....demo

- полное бездействие (оказывается, большинство людей не жалуется, особенно, если убеждены в бесполезности этого дела или не знают, куда обращаться с жалобой и как это с.....demo

- жалоба ХЕ "Жалобы" в какой-либо форме, поданная в сервисную...demo

- действия, предпринятые через третью сторону (комитет по защите прав потребителей, гражданс.....demo

- отказ от услуг данной фирмы и переход в другую компанию, сопровождаемый распространением негативных отзывов об организации, вызвавшей неу.....demo

Менеджеры сервисных фирм должны понимать, что последствия отказа клиента от обслуживания намного серьезнее, чем просто финансовые потери компании, связанные с тем, что она в будущем не получит дохода от обслуживания этого клиента. Типичный недовольный клиент имеет обыкновение жаловаться на свои проблемы знакомым, род.....demo

Потребители, подающие жалобы, выражая свое недовольство, преследуют две глав.....demo

–возместить экономический ущерб, требуя компенсации своих расходов или повторного бесплатного обслуживания с устранением допущенных недостатков (например, повторная починка автомобиля), если их требования остаются неудовлетворенными, они могут инициировать.....demo

–стремятся восстановить уязвленное чувство собственного достоинства, когда обслуживающий персонал ведет себя грубо, агрессивно, унижая и запугивая потребителя, либо служащие явно пренебрегают своими обязанностями поdemo

В сегодняшнем мире нельзя позволить себе игнорировать любые конфликтные ситуации. В связи с этим рассмотрим следующие принципы разрешения конфликтн.....demo

1.Действуйте оперативно. Если жалоба поступила в процессе предоставления услуги, время считается основным фактором полной реабилитации. Когда жалоба подается по факту оказания услуги, многие компании используют систему решения возникшей проблемы в не более чем 24-часовой период. Даже если полное и окончательное решение требует более длительного времени, быстрое признание компанией своей ошибки и обязательств иг.....demo

2.Признавайте ошибки, но не занимайте оборонительную позицию. Противоположные действия предполагают, что организация пытается что-то скрыть или маскирует свое нежелание изучить сит.....demo

3.Покажите, что вы способны понять проблему с точки зрения каждого потребителя. Взгляд на ситуацию глазами потребителей - единственный путь к пониманию того, что они считают неприемлемым и на что реагируют с наибольшим возмущением. Обслуживающий персонал компании должен избегать скоропалительных выводов, основанных сугубо на своем субъектив.....demo

4.Не спорьте с клиентами. Целью процесса восстановления сервисного процесса должен быть сбор достаточного количества фактов, которые позволят прийти к обоюдно приемлемому решению. Не пытайтесь непременно выйти победителем и доказать клиенту, что он не прав. Споры мешают сторонам выслушать друг друга и очень редко приводят к охлаждению разгн.....demo

5.Признавайте право клиента на его эмоции и переживания. Дайте ему прямо или косвенно понять, что вы ему сочувствуете, например, скажите: «Я понимаю, что вас так огорчило». Такое поведение помогает сделать первый шаг к восстановлениюdemo

6.Предоставьте клиенту преимущество испытывать сомнения. Не все клиенты всегда говорят правду, и не все их жалобы оправданы. Однако к любому потребителю следует относиться так, как будто его жалоба полностью обоснована до тех пор, пока не вы не будете иметь четкого доказательства обратного. Если на карту поставлена большая сумма денег (страховые требования или вероятное судебное разбирательство), по всей вероятности, понадобится тщательное расследование дела. Если же сумма,

по поводу которой возник спор, невелика, зачастую не следует спорить о возмещении денежных убытков или иной компенсации. Однако в этом случае стоит внимательно проверить архивы и убедиться, нет ли фактов подачи сомнительных жалоб со сторон.....demo

7.Опишите шаги, необходимые для решения данной проблемы. Когда немедленное решение проблемы невозможно, подробное объяснение клиенту, какие меры планируется принять, явно свидетельствует, что компания начала действовать. Это также помогает установить четкие временные границы решения проблемы и избежать чрезмерных ожиданий.....demo

8.Держите клиентов в курсе дела. Помните, что людям не нравится оставаться в неведении. Неопределенность порождает беспокойство и стрессы. Люди обычно скорее готовы спокойно воспринимать неприятности, если они в курсе происходящего и получают регулярную информа.....demo

9.Определите оптимальный способ компенсации. Если клиент не получил услуги, за которую заплатил, претерпел серьезные неудобства и/или потерял время и деньги из-за некачественного обслуживания, уместными будут как денежная компенсация, так и предложение повторного (эквивалентного) обслуживания. Такая стратегия возмещения также позволяет снизить риск судебного процесса, возбужденного возмущенным клиентом. В гарантиях при предоставлении услуг способ компенсации часто оговаривается заранее, фирма обязана убедиться, что все ее обязательства вы.....demo

10.Всячески старайтесь восстановить доброе имя компании в сознании клиентов. Если клиент остался недоволен, одна из важнейших задач, стоящих перед сервисной фирмой, - восстановление его доверия и сохранение взаимоотношений с ним в будущем. Возможно, чтобы успокоить разгневанного клиента и убедить его, что компания приняла все меры для того, чтобы возмутивший его инцидент не повторился, потребуются немалые усилия. Поистине последовательные и настойчивые действия в этом направлении нередко становятся надежной основой для формирования большой постоянной клиентуры позитивных отзыв.....demo

Бизнес – это люди. Услуга успешно продается, когда значительное количество людей считает, что их жизнь улучшится, если они эту услугу приобретут. Специалист по сервису должен улучшить настроение клиентов уяснив, что хотят клиенты и удовлетвор.....demo

Этические и эстетические аспекты сервисной деятельности

Этические принципы предписывают работнику сервисного предприятия освоить такие отношения с клиентами, которые считаются в нашем обществе желательными, одобряемыми, стимулируются современной пр.....demo

–

Честность и порядочность по отношению к окружающим.

–
Совестливость и открытость в отношениях с потребителями.

–
Уважение к их достоинству.

–
Осознание своего профессионального долга во взаимодействии с
потребб....demo

Профессионально – служебная этика – это совокупность
требования и норм нравственности по отношению к работникам сервисных
фирм, которые в обязательном порядке должны быть реализованы в
процессе выполнения ими своих служеб.....demo

Нормы служебной этики:

–
внимательность, вежливость;

–
выдержка, терпение, умение владеть собой;

–
хорошие манеры и культура речи;

–
способность избегать конфликтных ситуаций;

–
обходительность и любезность;

–
радушие, доброжелательность;

–
тактичность, сдержанность, забота о потребителе;

–
самокритичность по отношению к себе;

–
готовность быстро реагировать, удерживая в зоне внимания сразу несколько
потребителей и разные.....demo

–
умение держаться спокойно.

Не допустимо:

–
грубость, бестактность, невнимательность;

–
нечестность, лицемерие;

–
воровство, жадность, эгоизм;

–
болтливость, разглашение приватной информации о клиентах;

–
неуступчивость, желание взять верх над клиентом, подчинить его
интерес.....demo

Служебный этикет – это совокупность фиксированных норм, безальтернативных правил поведения, обусловленных служебным положением сотрудника фирмы, которым работник обязан следовать привычно, почт.....demo

Эстетическая культура работника сервиса связана с его внешним видом. Его внешний вид в целом должен соответствовать служебным целям и согласоваться.....demo

Во многих странах делаются попытки зафиксировать и обосновать этические нормы в определенных сводах и кодексах, используя их в качестве средств позитивного регулирования предпринимательск.....demo

Тема 6. Процесс обслуживания потребителя

Сервисные организации существуют для того, чтобы предоставлять услуги своим покупателям. Это является основой их миссии, стратегии и политики. Система ХЕ "Система сервисная" действий предусматривает разработку пакета услуг систему доставки совместно с маркетинговыми, финансовыми и челов.....demo

Система обслуживания включает три пересекающиеся подсистемы: **сервисные операции** ХЕ "Операции сервисные" (процесс, в ходе которого обрабатываются вводимые факторы и создаются элементы сервисного продукта ХЕ "Сервисный: продукт"); **предоставление услуги** ХЕ "Услуги: предоставление" (процесс, в ходе которого производится окончательная сборка всех элементов сервисного продукта, и услуга предоставляется потребителю) и **маркетинг услуг** ХЕ "Маркетинг: услуг" (который охватывает все контакты компании с клиентом, включая рекламу, выставленные счета за услугу и ма.....demo

Система предоставления услуг

Система предоставления услуги определяет, когда, где и каким образом услуга предоставляется клиенту. Эта подсистема охватывает не только видимые элементы подсистемы сервисных операций - здания, оборудование и персонал, но и влияет на.....demo

Размещение предприятия сервиса, пожалуй, более важно в сфере услуг, чем в производстве. Оно связано с покупательским спросом: а станет ли вообще клиент посещать офис сервисной фирмы? Местоположение предприятия по оказанию услуг в основном определяется местоположением потребителей, а не каким-либ.....demo

Традиционно сервисные компании всегда взаимодействовали со своими клиентами непосредственно. Однако для достижения многих стоящих перед ними целей: от снижения стоимости услуг и повышения качества обслуживания клиентов до повышения удобства услуг для клиентов, при предоставлении многих услуг, которые не требуют

физического присутствия потребителей, - сегодня идет активный поиск путей сокращения прямых контактов клиента с сервисной организацией. По мере того как используются все новые электронные технологии и модернизированные физические потоки, позволяющие преобразовать услуги с высокой степенью взаимодействия с клиентом в услуги с низким уровнем контакта, видимый компонент системы сервисных операций сегодня сокращается во многих отраслях. В этом смысле система самообслуживания обычно удобнее для клиентов, чем система, основанная на непосредственном контакте с обслуживающим персоналом сервисной организации. Конечно же, система самообслуживания применяется не только на сервисных предприятиях, отдаленных от персонала. Так, кафе самообслуживания и посещение музея без экскурсовода служат примерами того, как клиент берет на себя выполнение тех задач, которые в противном случае легли бы на обслуживающий персонал компании. При этом изменяется и роль клиента. Клиент становится участником процесса создания услуги, действующего в соотр.....demo

Клиенты, которые обслуживаются с низкой степенью взаимодействия, обычно никогда не видят того места, где выполняется работа; кроме того, чаще всего они общаются с представителем компании, который помогает им разрешить ту или иную проблему, по телефону. Не видя ни офиса, ни обстановки в нем, ни даже сотрудника фирмы, с которым они контактируют, клиенты вынуждены формировать свое мнение о качестве обслуживания на основе того, насколько быстро им удалось дозвониться в компанию, насколько приятен и вежлив голос собеседника и насколько быстро сотрудник фирмы.....demo

Основные методы предоставления услуг

Метод обслуживания потребителей ХЕ "Потребителей: методы обслуживания" – это способ предоставл.....demo

Основой выбора формы организации сервиса является сервис – системная матрица ХЕ "Сервис–системная матрица" , в которой по оси абсцисс отложена степень контакта в канале обслуживания, а по оси ординат – форма орга.....demo

По степени контакта клиент - канал обслуживания выделяют системы:

1) защищенное ядро, т.е. система предполагающая отделения процесса обслуживания от.....demo

2) проницаемая система, в которую клиент может проникнуть, позвонив по телефону или с помощью личног.....demo

3) реагирующая система, которая характеризуется присутствием клиента и незамедлительной реакцией на его по.....demo

При всем многообразии предоставляемых услуг существует три основных метода предоставлен.....demo

1) метод поточной линии;

2) метод самообслуживания;

3) метод индивидуального подхода.

Метод поточной линии впервые применен компанией McDonald's. Процесс быстрого ресторанного обслуживания представляется с соответствии с этим методом не как процесс предоставления услуги, а как производственный процесс. Это является очень важным моментом. Как на производственном предприятии, так и в ресторанах этой фирмы существует ориентация на эффективный результат, а не на обслуживание посетителей (подчинение обслуживаемого обслуживающему). Главная цель работы заключается в быстром обслуживании однородным высококачественным ассортиментом готовых блюд в обстановке неизменной чистоты, порядка и вежливости персонала. Однако сотрудники не наделены широкими полномочиями. Системное замещение людей машинами в сочетании с новыми технологиями позволяет компании привлекать и сохранять клиентуру в размерах, которых не мог добиться никто из предшественников в этом бизнесе и пока не с.....demo

Метод поточной линии предполагает рассмотрение производства услуг как рутинного процесса с высокой степенью стандартизации. В этом случае услуги в меньшей степени гетерогенны и более стандартизированы, предоставление услуг не требует специальных коммуникативныхdemo

Принципы индустриализации услуги:

- Отделить потребителя от процесса как можно дальше и применить индустриальные технологические методы в той части, в которой не участвует.....demo
- Если присутствие покупателя неизбежно, использовать его как рабочую...demo
- Повысить гибкость кадрового обеспечения, чтобы возможности соответствовали....demo

Метод самообслуживания является полной противоположностью методу поточной линии и предполагает увеличение роли клиента в процессе обслуживания. Такой тип обслуживания относится к технологии сервисной среды. Использование заправочных автоматов на станциях самообслуживания, автоматов для продажи продуктов питания, кофеарок, установленных в номерах мотелей, являются примерами того, как процедура обслуживания перекладывается на клиента. Многим клиентам нравится метод самообслуживания, поскольку он позволяет контролировать и следить за ходом сервисного процесса, который становится доступным 24 часа в сутки и семь дней в неделю. Стараясь повысить продуктивность и снизить факторы, негативно влияющие на качество услуги, некоторые компании начинают использовать достижения новых технологий с тем, чтобы свести к минимуму и даже исключить контакты между клиентом и обслуживающим персоналом. По сути, такой подход частично превращает клиента в служащего, который должен быть подготовлен к выполнению той или иной операции и даже исправить при необходимости возникшие ошибки. Как правило, преимуществом такого.....demo

Сущность метода индивидуального подхода ХЕ "Метод

индивидуального подхода" состоит в налаживании тесной взаимосвязи между продавцом и клиентом, при этом продавец умеет распознавать потребности клиента и обеспечивает клиента товарами и услуги в соответствии с потребностями, отодвигает личные желания на второй план, когда они не совпадаютdemo

Персонализация ХЕ "Персонализация" - процесс, при котором каждый из клиентов оценивается как уникальная единица и обслуживается соответственно этому постулату. Индивидуальная забота о клиенте - это необходимость помнить о каждом клиенте и осуществлять индивидуал.....demo

Формы обслуживания

Под **формой обслуживания** ХЕ "Формы обслуживания потребителей" понимается определенный способ предоставления услуг, состоящий из набора конкретных сервисных операций. В рамках одной и той же разновидности услуг могут быть задействованы разные ф.....demo

В разных сегментах и направлениях сервисной деятельности формируются свои традиционные формы обслуживания. Вместе с тем стремительное развитие сервиса повсюду стимулирует внедрение новых форм и типов обслуживания. Так, например, в пунктах общественного питания при гостиницах традиционно стремились сделать пищу для клиентов разнообразной, приближенной к домашней кухне. В буфетах и ресторанах гостиниц всего мира широко распространено обслуживание клиентов в номерах, а также в буфетах по принципу «шведского стола», когда гости могут, свободно обходя стол,demo

Проведение в ресторане праздничных вечеров, семейных торжеств и т.п. предполагает иной порядок обслуживания. В этом случае персонал, прежде всего, стремится поддержать атмосферу праздничной неповторимости, выполняя любые пожелания участников застолий. Иные технологические приемы используются в процессе обслуживания таких мероприятий, как официальные банкеты или обслуживание участников съездов, конгрессов, совещаний,- здесь больше внимания может быть уделено массовым форма.....demo

Современные формы обслуживания, используемые в торговле, бытовом обслуживании и финансовом сервисе также мн.....demo

– Абонементное обслуживание связано с заключением между производителем и потребителем договора, согласно которому потребителю при условии внесения систематической небольшой платы предоставляется право на оперативное обслуживание, проведение плановых профилактических процедур и т.п. Данная форма обслуживания широко применяется при ремонте бытовой техники, в услугах банно-прачечных предприятия.....demo

– Бесконтактное обслуживание предполагает следующие операции: предприятие сервиса устанавливает в подъездах домов или общежитий контейнеры-накопители. Заказчики складывают в контейнер

белье для стирки или одежду для химчистки вместе с заполненной квитанцией. Чистое белье или одежда доставляется на дом заказчику в оговоренное время и взима.....demo

– Обслуживание на дому широко применяется при ремонте крупногабаритной техники (стиральные машины, телевизоры, холодильники, крупная мебель и др.). По определенному адресу могут также привозить заказанные блюда предприятия питания (рестораны, кафе). На дому могут обслуживать своих клиентов юристы, врачи и др. Осуществляется такая услуга после заказа потребителя в заранее оговоренное время. Плата взимается.....demo

– Обслуживание с использованием обменных фондов товаров основано на срочном обмене неисправного бытового прибора на аналогичный отремонтированный прибор с оплатой стоимости ремонта. Эта форма обслуживания применяется при ремонте часов, электробритв, пылесосов, стиральных машин,.....demo

– Прием заказов по месту работы состоит в том, что на том или ином предприятии фирма бытового обслуживания организует прием заказов на некоторые виды услуг - химчистку, стирку, ремонт бытовых приборов, обуви и т.п. Туда же привозят отремонтированные.....demo

– Выездное обслуживание ХЕ "Формы обслуживания потребителей" заключается в том, что выездные бригады предприятия сервиса осуществляют услуги по месту жительства или работы. Данная форма обслуживания широко применяется для оказания услуг населению в с.....demo

– Комбинированная (комплексная форма обслуживания заключается в предложении максимального количества услуг на одном месте при обеспечении минимального расхода времен.....demo

Виды сервиса по времени его выполнения

По временным параметрам сервис ХЕ "Сервис: предпродажный" разделяется на **предпродажный** и **послепродажный**, а послепродажный в свою очередь – на **гарантийный** и **послегарантийный** по чисто формальному признаку: бесплатно (в первом случае) или за плату (во втором) производятся предусмотренным сервисным перечнем работы. Формальность здесь проявляется в том, что стоимость работ, запасных частей и материалов в гарантийный период входит в продажную цену или стоимость иныхdemo

Предпродажный сервис связан с подготовкой изделия к представлению потенциальному или реальному покупателю. Предпродажный сервис всегда бесплатен. Его можно разбить на два вида деятельности: информирование покупателей и подготовка изделия к демонстрации потенци.....demo

При закупке сложного оборудования послепродажное обслуживание изделий является одним из основных критериев выбора продавца потребителем. В таких отраслях, как производство электронно-вычислительной техники, автоматического оборудования для

легкой промышленности и средств дальней связи отмечается постоянный рост доходов от послепродажного обслуживания.....demo

Послепродажный сервис ХЕ "Сервис: послепродажный" делится на гарантийный ХЕ "Сервис: гарантийный" и послегарантийный по чисто формальному признаку: бесплатный – гарантийный и за плату – послегарантийный. Расширение гарантийных обязательств, получивших наибольшее распространение в автомобилестроении, заставляет производителей предусматривать значительные расходы на текущий ремонт в гарантийный период, включая их в продажную стоимость товара или в иныеdemo

Сервис в послепродажный период охватывает принятые виды ответственности, зависящие от продукции, заключенного договора и политикиdemo

- доставка, монтаж, регулировка, приспособление изделия к существующим условиям труда и запуск его в экс.....demo
- обучение работников правильной эксплуатации;
- проведение курсов для клиентов по обслуживанию оборудования.
- осуществление при необходимости ремонта,
- поставка запасных частей.
- наблюдение за изделием в процессе эксплуатации;

Широко распространено «смешанное обслуживание». При этом возможен учет пожелания потребителей при разработке новых типов оборудования, заключение договора «товар – услуги», разрешение проблем.....demo

Внутреннее обслуживание организации

Деятельность любой организации по производству товаров и услуг строится по определенной системе, состоящей из трех.....demo

- производственная подсистема – выполняет работу, непосредственно связанную с превращением входных величин в выходные.....demo

- административная подсистема (дирекция, отдел кадров, общий отдел, юридическая служба, служба охраны труда, бухгалтерия и планово-экономический отдел) – выдает решения, как именно должна работать производств.....demo

- подсистема обеспечения производственной и административной подсистем – состоит из подразделений, выполняющих необходимые работы указанных подсистем.....demo

Как правило, подсистема обеспечения включает в себя службы, обеспечивающие жизнедеятельность организации: эксплуатация помещений, инженерных коммуникаций и прилегающих к зданию территорий, службы питания, приемов, охраны, спортивно-оздоровительные, транспортные, издательско-полиграфические.....demo

Тема 7 Новые виды услуг

Инновации в сфере услуг

В качестве инновации выступает результат инновационной деятельности, т.е. услуга, сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация труда, которые способны более эффективно удовлетворять общество.....demo

Управление нововведениями ставит целью увеличить степень инновационной насыщенности процессов обслуживания, а также организации работы персонала с тем, чтобы повысить коммерческий успех, эффективность деятельности пре.....demo

Разработка и создание услуг - это очень важный шаг в создании ценности и удовлетворенности потребителя. **Потребители** покупают не товары или услуги - они **покупают решение своих проблем**, удовлетворяют свои потребности или получа.....demo

Чтобы обеспечить решить проблем покупателя, обслуживание должно быть хорошо продуманным и спланированным процессом. Другими словами, оно должно быть разработано, а не оставлено н.....demo

Очень часто в рекламных заявлениях провозглашается, что продукция рекламируемой фирмы «новая», «совершенно новая» или «новая и улучшенная». Поэтому уместно пролить свет на то, какие возможности существуют у организации при планирования разр.....demo

1. Значительные нововведения. Это «услуги новые во всем мире», рынки которых еще точно не определены и не имеют размеров. Они включают высокую степень неопределенности и риска. Ярким примером этого вида нововведений являются: ночная доставка небольших посылок, введенная компанией Federal Express, космический туризм, предоставление возможности пользоваться услугами Интернет во время.....demo

2. Запуск новых видов деятельности. Используя существующие, уже признанные потребителями услуги, предлагают их применение в новых условиях. Например, организации здравоохранения, предлагающие услуги врачей общей практики, лабораторий и кабинетов рентгеновского анализа, могут предлагать еще и услуги аптек под одной крышей, чтобы пациенты могли получать все нужные услуги в одном месте. Услуги по установке автомобильной охранной сигнализации могут быть предложены в центрах.....demo

3. Освоение новой продукции для уже существующего рынка услуг. Эта категория предлагает для уже существующих потребителей новые услуги, которые раньше сервисной фирмой не предлагались. Примерами могут служить банки, которые вводят свою карточку (Visa или MasterCard) или предлагают инвестиционные фонды, услуги страхования для вкладчиков банков, а также музеи, которые открывают подарочные и сувенирные магазины, рест.....demo

4. Расширение номенклатуры продукта. Добавления к существующей линии обслуживания услуг, которые увеличивают текущее предложение, называется расширением номенклатуры продукта. Это может

быть связано с увеличением технических возможностей или требований к обслуживанию. Примерами могут служить услуги, предлагаемые телефонной компанией, такие как идентификация абонента, повторный набор номера (в том случае, когда номер требуемого абонента занят). В эту категорию входят также новые маршруты авиалиний и новые ку.....demo

5. Улучшение продукта. Улучшение продукта состоит из изменения определенных характеристик услуги для того, чтобы обеспечить потребителям лучшее качество или увеличенную ценность услуги. Это может быть сделано в форме более быстрого обслуживания или приукрашивания, т.е. добавления различных свойств, улучшающих внешний вид услуги. Например, многие банкоматы распечатывают остаток на счете после каждого вложения или снятия денег. Другой пример - бесплатная мойка машины, которую некоторые агенты обеспечивают во время продажи автомобилей при выполнении обычных услуг, наприме.....demo

6. Изменение стиля продукта. Это более скромное средство, чем высоко наглядное улучшение продукта. Эта категория включает обновление и восстановление здания или помещения, где оказывается услуга, а также новую униформу для сотрудников, новый логотип предприятия. Важное место в этом случае относится эстетическим свойствам услуг, что определяется сти.....demo

При обсуждении разработки и создании услуги будем предполагать, что новая услуга попадает в одну из первых трех.....demo

Факторы, являющиеся причиной создания новых услуг

Главная причина для разработки и создания новой услуги - это стремление удовлетворить новые и меняющиеся потребности потребителей. Существуют также и другие причины, наиболее важные из.....demo

Финансовые цели. Руководство многих сервисных фирм находится под постоянным давлением финансовых целей, касающихся прибыли, рынка и дохода. Эти цели могут быть достигнуты посредством улучшения качества и потребительской удовлетворенности для существующих услуг. Другой способ - это введение новых услуг. Как было показано, для услуг существует несколько степеней «новизны». Однако только первые три из приведенных категорий наиболее вероятно приведут к увеличению рыночной доли и дохода и помогут организации дости.....demo

Действия конкурентов. Одна из самых сильных мотиваций для создания новой услуги возникает, когда новые услуги, находящие признание у потребителей, вводят конкуренты. Простаивание и бездействие обычно ведет к уменьшению рыночно.....demo

Глобализация. ХЕ "Глобализация" Рост глобальной торговли и прямых иностранных инвестиций привели к появлению новых рынков и открыли новые возможности для сервисных фирм. Это создает необходимость разработки новых услуг или модификации уже существующих для того, чтобы удовлетворить потребности

различ.....demo

Технический и технологический прогресс. Наряду с новыми продуктами создаются новые потребности, которые, в свою очередь, требуют создания.....demo

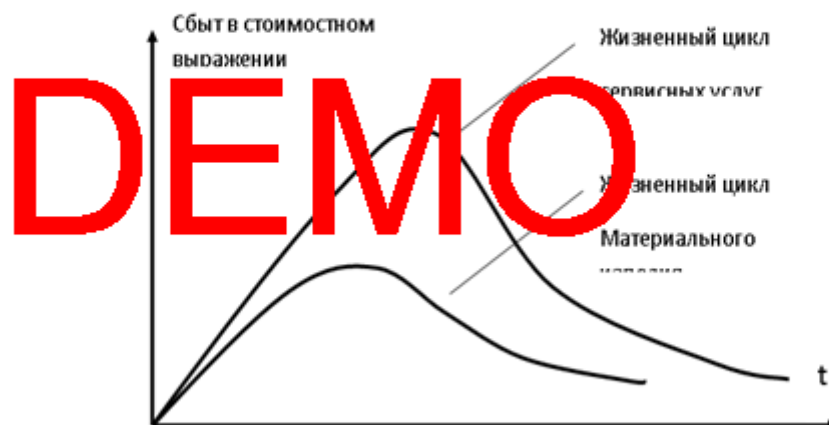
Жизненный цикл услуги

Рассмотрение инновационных процессов как фактора изменения сервисной деятельности позволяет перейти к анализу эффективности этой деятельности в связи с учетом и использованием знаний о жизненном цикле услуги, серв.....demo

Жизненный цикл услуги означает временной период, который включает в себя этап первоначального обоснования идеи о новшестве, затем ее разработку, внедрение и производство самого сервисного продукта вплоть до момента, когда услуга перестает по.....demo



Жизненный цикл услуги

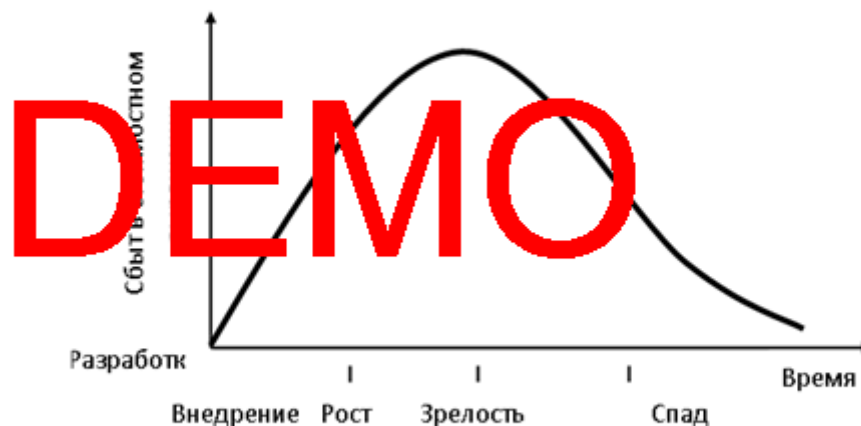


Жизненные циклы товаров и услуги ХЕ "Жизненный цикл услуги" имеют общи....demo

1. Срок жизни товаров и услуг ограничен.
2. Жизненный цикл состоит из нескольких этапов: внедрение, рост, зрелость....demo
3. На разных этапах жизненного цикла прибыль, которую приносит товар или услуга,demo
4. Каждый этап требует особого подхода в области финансов, производства, сбыта и управления п.....demo

Жизненный цикл продукта/услуги состоит из пяти фаз:

Этапы жизненного цикла услуги



– Разработка продукта – это период нахождения и формулировки идеи нового продукта. Во время разработки нового продукта его продажи находятся на нуле, а инвестиции к.....demo

– Внедрение – медленное увеличение объема продаж, когда товар или услуга впервые поступает на рынок и только завоевывает покупателей. На этом этапе необходимо произвести затраты на техническую подготовку работников сервиса, чтобы первые же потребители услуг высоко оценили их возможности. В связи с большими затратами на разработку и рекламу прибыль в этот период минимальнаdemo

– Рост – период признания продукта потребителями и значительного увеличенияdemo

– Зрелость – период замедления темпов роста объемов продаж, поскольку товар или услуга нашли признание у большой группы покупателей. Прибыль стабилизируется или начинает снижаться за счет затрат на мероприятия, проводимые с целью отражения.....demo

– Спад – период снижения объема продаж и прибыли.

Рассмотрим особенности управления на каждый из этапов жизненного цикла сопутствующ.....demo

Этап быстрого роста. Каждая фирма, выводящая свой товар на рынок, заинтересована, чтобы этап роста жизненного цикла товара продолжался как можно дольше. С помощью разумной сервисной политики можно добиться преимуществ пе.....demo

– Поддержание цен на низком уровне для завоевания рынка.

– Предоставление более длительных сроков гарантии, чем у других фирм-производ.....demo

При этом фирма предоставляет бесплатное гарантийное обслуживание на этапе, когда оборудование, как правило, редко выходит из строя и расходы на сервис уже заложены в стоимости оборудования. Этот

метод достаточно успешно использован фирмой Chrysler. Она получила значительное преимущество перед конкурентами, предоставив семилетнюю гарантию на пробег.....demo

На этом этапе необходимо произвести затраты на техническую подготовку работников сервиса, чтобы первые же потребители услуг высоко оценили их возможности. Таким образом можно использовать один из самых эффективных и дешевых способ.....demo

На данном этапе служба сервиса должна работать в тесном контакте с производителем, чтобы в случае возникновения технических неполадок изделия, вызванных заводским браком, внести в товар возм.....demo

Переходный период. В этот период, когда жизненный цикл товара находится на этапе упадка, доходы от предоставления услуг еще растут. Если первый этап проходил под лозунгом «Рост продаж любыми способами», то лозунг второго этапа «Контроль и еще раз контроль за объемом и качеством предоставления услуг!». В этот период, как правило, увеличиваются цены на услуги. С одной стороны, не следует намного поднимать цены на услуги, так как это может негативно отразиться на уровне продажи товара. С другой стороны, поскольку уровень продаж падает, фирма не может работать себе в убыток и должна поднять цены на услуги. В это время необходимо четко контролировать запасы запчастей. Если запасы растут, в то время как кривая жизненного цикла услуги прошла фазу быстрого роста, то это грозит избыточными запасами, а, следо.....demo

Этап зрелости. На этом этапе вероятно наибольшее количество выходов из строя оборудования. Начальная стадия этапа зрелости – хорошее время для предоставления скидок на обслуживание подержанного оборудования и машин. Можно получить прибыль за счет предоставленияdemo

Как правило, на этом этапе предприятие начинает оказывать услуги по модернизации оборудования, особенно, если товар пользуется популярностью и потребитель не хочет его менять, и если высок уровень выходов обор.....demo

Этап упадка. В то время, как в глазах производителя «товар уже умер», потребитель смотрит на товар с другой точки зрения. Нельзя ставить клиента в положение «обс.....demo

Производство услуг в сфере послепродажного обслуживания обеспечивается в течение всей жизни изделия, причем, многочисленными субъектами. При выработке политики сервиса необходимо внимательным образом учитывать понятие продолжительности жизни и, в частности не забывать найти посредников за пределами фирмы, которые взяли бы на себя задачу технического обслуживания уст.....demo

В социально-культурной сфере некоторые услуги могут вводиться очень быстро и также быстро исчезать. Например, ночные клубы, как правило, имеют короткий жизненный цикл с более.....demo

В гостиничном сервисе часто бывает и так, что некоторые отели

терпят спад. Капитальный ремонт или полная реконструкция позволяют им вновь обрести утерянную привлекательность, при этом начинается но.....demo

Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия

Первое сходство между товарами и услугами заключается в том, что они разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворен.....demo

Второе сходство - это то, что разработка как товара, так и услуг - это продукт человеческой деятельности. Сначала человеческий ум генерирует какую-то новую идею, а затем просчитывает, как ее мо.....demo

Третье сходство состоит в том, что потребители редко требуют создания определенного товара или услуги. Потребители могут выразить некоторые потребности, но обычно не могут отчетливо назвать их с позиций товаров и услуг, но охотно реагируют на то,demo

Теперь отметим некоторые важные различия.

1. Востребованность сырья и ресурсов. Изготовление товара требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия. В сфере услуг редко используется сырье, применяются инструменты и оборудование, но они не всегда обязательны для оказания услуги, особенно интеллектуальных. Для обслуживания воздушных перевозок необходимы самолеты, но кушетка не является обязательной для полу.....demo

2. Соответствие стандартам. Соответствие техническим условиям и стандартам (вид, качество и количество материалов для использования, размеры различных деталей и допуски) в производстве товаров очень важно, так как отклонения, превышающие допуски, приведут к изготовлению бракованного, а иногда даже и опасного товара. Когда разработка закончена и началось производство продукта, все товары должны быть идентичны опытному.....demo

Результат разработки услуг - это концепция и описание процесса реализации этой концепции. Разработка услуг может создавать стандарты, но обычно их очень мало, а отклонения от этих стандартов не обязательно делают услугу «бракованной» или приводят к нежелательным последствиям. Услугу можно протестировать при контрольном опыте, но каждое последующее ее выполнение будет разным, так как в процесс вовлекаются различные потребители и поставщики услуг. Когда разработка закончена и услуга предлагается потребителю, не бывает двух абсолютно одинаковых выполнения услуги, как и опыт каж.....demo

3. Трудоемкость внесения изменений. Изменение товара становится все более дорогим. Обычно это выражается правилом процентного соотношения 85/15, которое означает, что приблизительно 85% себестоимости товара определяется решениями, принятыми в течение первых 15% периода его разработки. Когда разработка товара закончена и зафиксирована, ее нелегко изменить, так как производству придется провести еще раз точно такую же разработку для всех составляющих.

Разработка услуги, напротив, - это не статический и не жесткий документальный источник, возможна модификация и адаптация в процессе выполнения, более того - иногда это даже необходимо для удовлетворения разнообразных потребностей потребителей. К тому же изменение дизайна услуги не влечет за собой столько затрат, как при из.....demo

Процесс разработки услуги

Направление ХЕ "Процесс разработки услуги: направление"

1. Формулировка целей и стратегий новой услуги. Стратегия услуги должна поддерживать общую стратегию фирмы и быть направленной на удовлетворение избранных потребностей потребителей целевого рынка. Стратегия должна стать решением того, как добиться, чтобы ценность услуги превышала затраты, и была создана услуга, которая создаст для потребителя такую ценность, что он купит ее з.....demo

2. Генерирование идеи. Идеи для создания новых услуг приходят из различных источников, включая потребителей, их жалобы, обслуживающих сотрудников, конкурентовdemo

3. Тщательная проверка идеи. Этот шаг включает черновую процедуру отбора с выделением многообещающих идей от всех других. Естественно, что не каждая идея для создания новой услуги имеет ценность, и только некоторые будут успешными на рынке в качестве новых услуг. Осуществимость и потенциальная прибыльность - главные критерии в этом процессе. Необходимо обратить внимание на то, чтобы идеи не были отложены только потому, что.....demo

Разработка ХЕ "Процесс разработки услуги: разработка"

4. Создание концепции. Выбранные идеи разрабатываются в концепцию обслуживания. Концепция обслуживания - это описание набора выгод, решений и ценности услуги, которые предлагаются предостави.....demo

5. Тестирование концепции. Цель тестирования концепции заключается в том, чтобы исключить из дальнейшего рассмотрения те идеи обслуживания, которые окажутся непривлекательными для потребителей. Испытание концепции новой услуги - это метод исследования, разработа.....demo

- Понимает ли пользователь идею предлагаемой услуги;
- Реагирует ли на услугу благоприятно;
- Осознает ли, что предлагаемая услуга разрешит его неудовлетворенные потр.....demo

6. Анализ возможностей производства и сбыта. Самый важный вопрос, на который должны ответить разработчики: «Является ли эта концепция экономически оправданной?» Другими словами, существует ли достаточно большой рынок для этой услуги и можно ли производить и продавать услугу с получением достаточной прибыли? Этот шаг включает оценку рынка, анализ спроса, планирование доходов и анализ затрат. Если результат анализа положительный, то новая услуга рекомендуется высшему р.....demo

7. Утверждение проекта. Если результат анализа возможностей производства и сбыта и планирование прибыли удовлетворяют требованиям высшего руководства, то проект одобряют и приобретаются ресурсы для разработки и внедрения новой услуги и си.....demo

8. Разработка и тестирование услуги. Это стадия, на которой разрабатывается детальное описание услуги одновременно с определенными характеристиками и особенностями обслуживания, с помощью которых она дифференцируется от у.....demo

9. Разработка и тестирование процесса и системы. Большинство услуг являются результатом действия, т.е. процесса. И на этом этапе проходит детальная разработка процесса, при этом не следует забывать сделать качество неотъемлемой ча.....demo

Разработчики непременно должны учитывать влияние на разработку процесса следующих особеннос.....demo

- природы контакта с потребителем,
- степени участия потребителя в создании услуги,
- степени адаптации к индивидуальным потребительским потребностям,
- роли товаров и оборудования в оказании услуги,
- получателя услуги (например, тело, разум или имущество потребителя)
- ожидаемого спроса.

То, что разработано, должно быть проверено на опыте. Опыты на этой стадии напоминают испытания опытного образца в производственной сфере. Однако они не подразумевают предложения услуг широкой публике, опыты проводятся внутри фирмы. Если это возможно, разработки процессов и услуг должны быть протестированы при как можно более реалистичных условиях с настоящим потребителем. Когда этого сделать нельзя, услуга предлагаетсяdemo

10. Разработка и тестирование маркетинговой программы. Необходимо разработать и протестировать на потенциальном потребителе программу освоения рынка, распределения и прода.....demo

11. Обучение персонала. Критерии для выбора сотрудников должны разрабатываться параллельно с разработкой услуги и системы обслуживания. Когда набор сотрудников закончен, нужно не только обучить персонал определенным обязанностям, но и разъяснить им цели и задачи, которые решает вся система обслуживания и предоставить широкие полномочия для реше.....demo

Испытание ХЕ "Процесс разработки услуги: испытание"

12. Тестирование услуги и опытный процесс. Это прямое тестирование на реальном рынке, которому услуга предлагается на ограниченной основе в одном или нескольких местах, но услуга, сотрудники и потребб.....demo

Цель этого шага состоит в том, чтобы

- получить признание услуги потребителями,

– сделать необходимую корректировку и подгонку, основанную на информации, полученной от реальных по.....demo

13. Пробный маркетинг исследует возможность сбыта новой услуги. В этом случае услуга также предполагается на ограниченной основе, но в большем масштабе, чем в шаге 12, т.е. в нескольких филиалах или регионах. Маркетинговая программа также тестируется на эффективность. Информация, собранная на этом этапе, включает реакцию потребителей на новую услугу, соответствие спроса розничным ценам,.....demo

Освоение рынка ХЕ "Процесс разработки услуги: освоение рынка"

14. Полномасштабный запуск. Когда все пробы закончены и сделаны все необходимые модификации и корректировки, услуга готова для полномасштабного запуска и предлагается рынкуdemo

15. Анализ процесса после запуска. Цель этого шага заключается в определении степени достижения поставленных целей, а также в принятии решений о необходимости дальнейшей корректировки и модификации. Этот шаг не является окончанием процесса разработки.....demo

Анализ должен проводиться регулярно через определенные промежутки времени, с введением информации, собираемой у потребителя и обслуживающих сотрудников, чтобы оценить успешность новой услуги, адаптировать услугу к изменяющимся условиям и провести необ.....demo