

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/112039>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Основы организации обслуживания населения

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ .....	6
1.1. Качество обслуживания потребителей: понятие, эволюция взглядов и факторы, влияющие на качество обслуживания.....	6
1.2. Особенности и специфика качества обслуживания потребителей предприятиями сферы услуг.....	10
1.3. Проблемы, связанные с обеспечением качества обслуживания потребителей в жилищнокоммунальной сфере.....	16
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ТСЖ «ЖИЛКОМСТАНДАРТ».....	19
2.1. Анализ деятельности организации.....	19
2.2. Анализ организации обслуживания потребителей.....	25
2.3. Предложения по совершенствованию обслуживания потребителей.....	28
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	35
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	37

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время проблема совершенствования качества обслуживания клиентов является в достаточной степени актуальной. Это обусловлено тем, что обеспечение качественного обслуживания и высокого уровня сервиса – одна из стратегических задач любого предприятия сферы сервиса. Жилищно-коммунальное хозяйство в России находится в кризисном состоянии, – для потребителей услуг «идеальное» жилищно-коммунальное хозяйство в России не реально и это обусловлено тем, что основная цель поставщиков услуг жилищно-коммунального хозяйства – это получение прибыли, а не удовлетворение потребителей, т.е. получателей данных услуг. В связи с чем исследование темы организации обслуживания в жилищно-коммунальной сфере в нашей стране будет всегда актуально.

Опыт современных исследователей (Р. В. Котунов, М. Б. Понявина) показывает, что одним из факторов повышения конкурентоспособности предприятия сервиса является улучшение качества

2

обслуживания. Каждое предприятие стремится удержать свои позиции на рынке, завоевать определенный сегмент потребителей, сформировать лояльность клиентов к компании. Это невозможно сделать без качественного сервиса.

## ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

1.1. Качество обслуживания потребителей: понятие, эволюция взглядов и факторы, влияющие на качество обслуживания

Качественное обслуживание клиентов является основой успешного ведения бизнеса. Ведь существует разница между хорошими отзывами и постоянными клиентами, и негативным опытом покупателей и людьми, которые будут стараться избегать вашего бизнеса. Учитывая тот факт, что обслуживание клиентов является одной из самых важных и неотъемлемых частей любого бизнеса, важно знать некоторые очень распространенные ошибки, которые совершают некомпетентные лица по отношению к клиентам.

В настоящее время высокое качество обслуживания клиентов становится не только конкурентным преимуществом организации, оно в большой степени влияет на формирование лояльности покупателей, смещая акцент с вопроса цены на вопрос удовлетворенности обслуживанием.

Л. А. Масленникова отмечает, что «сейчас в понятие качественного обслуживания помимо удобства

месторасположения, широкого ассортимента, лидерства в товарной группе, а подчас и конкурентных цен, добавляются такие элементы, как вежливость сотрудников компании, знание продукта, включенность персонала в процесс выбора товара, помощь с их стороны и энтузиазм» [18, с. 84].

Качество – это правильно определенные потребности клиентов. Здесь принимается во внимание концепция, согласно которой необходимо предоставлять продукты/услуги, соответствующие потребностям гостей.

Именно в этом контексте качество создает конкурентное преимущество. Качество – это правильно оказанные услуги. Здесь комбинируется две концепции: услуги должны не только соответствовать потребностям клиента (технический аспект), но и вся система обслуживания должна быть сконструирована таким образом, чтобы обеспечивать и удобство гостей, и хорошие межличностные отношения персонала. В этом значении качество – это основа компетентности. Качество – это постоянство. Здесь имеется в виду необходимость всегда предоставлять продукт/услуги на одном и том же уровне. Непостоянство – главная проблема предприятий сервиса. Поэтому можно сказать, что качество – это хорошее исполнение. Качество обслуживания потребителей – это интегральный показатель, охватывающий совокупность логистических параметров (срок доставки, количество выполненных заказов, длительность цикла обслуживания, время ожидания постановки заказа на исполнение и т. п.).

Качество может пониматься как свойства и характерные особенности услуги, способные удовлетворить те или иные потребности потребителя (чем больше таких свойств имеет конкретная услуга, тем выше считается ее качество), и как отсутствие недостатков, усиливающее чувство удовлетворения у клиентов. Этот тип качества увеличивает издержки. Потребители должны быть согласны оплатить повышенные затраты на дополнительные особенности и свойства товара либо эти особенности должны делать потребителей более лояльными и расположенными к его приобретению. Ожидания клиентов сформированы имиджем компании, общественным мнением, усилиями компании по продвижению услуг и ценам. Качество подразумевает соответствие предоставляемых услуг установленным либо ожидаемым стандартам. Следовательно, стандарты, их реальная форма и содержание являются критерием качества обслуживания. Критерий оценки качества полученной услуги для потребителя – это

3

степень его удовлетворенности, т. е. соответствие полученного и ожидаемого. Желание вернуться еще раз и посоветовать это сделать своим друзьям и знакомым выступает критерием степени удовлетворенности клиентов.

1.2. Особенности и специфика качества обслуживания потребителей предприятиями сферы услуг  
Система управления сервисного предприятия ориентирована на культуру обслуживания, организационную культуру, на нововведения, мобильность внедрения новой техники, изобретений, на мотивацию сотрудников. Все сервисные предприятия в процессе создания и функционирования переживают сходные трудности, решают важные проблемы, среди которых становление сервисной организации, достижение экономической устойчивости, поддержание фирмы, формирование имиджа и завоевание прочной репутации в конкурентной борьбе на рынке услуг.

Субъект сервисной деятельности – это производитель, конструктор, исполнитель услуги, это предприятие, организация или физическое лицо, оказывающее услугу потребителю. При этом экономическая эффективность напрямую зависит от моральных качеств и профессионализма сотрудника, поскольку услуга включает в качестве составного элемента взаимодействие потребителя с исполнителем услуги.

Если услугу оказывает предприятие, организация, то используется понятие «персонал» – работники, сотрудники, работающие по найму, составляющие особую группу по профессиональным и служебным признакам и обладающие определенными качественными характеристиками, необходимыми для достижения целей сервисной организации.

В деятельности каждой организации есть три компонента:

- управленческий;
- технологический;
- человеческий.

Совершенствование качества обслуживания является одной из важных задач предприятия сервиса. Р. А. Браймер отмечает, что «высокое качество становится главным конкурентным преимуществом.

Одновременно постоянное и непрерывное улучшение качества становится долговременной стратегией развития организаций в целях достижения ими долгосрочного успеха» [3, с. 27].

Для поддержания уровня качества нужна не только соответствующая материальная база и заинтересованный высококвалифицированный персонал, но и структурированная система управления

качеством. Только с помощью внедрения системы управления, отвечающей современному уровню развития организации, можно добиться стабильного обеспечения качества.

### 1.3. Проблемы, связанные с обеспечением качества обслуживания потребителей в жилищнокоммунальной сфере

Проблема обеспечения качества обслуживания актуальна в связи с возрастающими потребностями клиентов, увеличивается необходимость в совершенствовании технологий обслуживания и повышения уровня управления качеством услуг.

подавляющее большинство граждан не довольны качеством предоставляемых ЖКХ услуг и считают, что оно не соответствует стоимости.

Одна из причин – изношенность жилищных фондов и недостаток мощностей.

4

Старые коммуникации (водопровод, канализация, газопровод, электросети) работают неэффективно, с большими энерго потерями, которые оплачивают потребители.

В некоторых регионах качество предоставляемых услуг не соответствует установленным стандартам (например, несоответствующие физические и химические характеристики воды).

Растущие потребности жителей в энергоносителях превосходят заложенный потенциал мощности сетей. Большая нагрузка приводит к сбоям в процессе эксплуатации и отключениям.

## Глава 2. Анализ организации обслуживания потребителей в ТСЖ «ЖилКомСтандарт»

### 2.1. Анализ деятельности организации

Товарищество собственников жилья создано решением общего собрания собственников жилых помещений кондоминиума в соответствии с положениями Гражданского Кодекса Российской Федерации, ФЗ «О товариществах собственников жилья» № 72-ФЗ от 15.06.1996 г., других законодательных и иных нормативных актах.

Учредительным документом ТСЖ является Устав товарищества собственников жилья, который был утвержден на общем собрании большинством голосов от общего числа голосов собственников помещений в многоквартирном доме. Целью Устава ТСЖ является регулирование отношений связанных с управлением жилым домом и прилегающей к нему территории. Устав ТСЖ содержит общие положения, в которых отражается информация о наименовании ТСЖ, его адрес и другая информация. В дальнейших главах устава закрепляются цели создания товарищества собственников жилья, виды деятельности, права на нежилые помещения, права и обязанности членов ТСЖ, положения регулирующие деятельность правления, председателя, ревизора или ревизионной комиссии ТСЖ, порядок проведения общего собрания, порядок ликвидации товарищества собственников жилья и многие другие положения, регулирующие деятельность ТСЖ.

### 2.2. Анализ организации обслуживания потребителей

У ТСЖ Жилкомстандарт есть несколько путей обслуживания, которые знают не все, но при этом их значимость также велика.

Обслуживание ТСЖ Жилкомстандарт включает: абонентское, аварийно-диспетчерское, бухгалтерское, техническое обслуживание (Таблица 1).

Кроме функции обеспечения многоквартирного дома бытовыми услугами, у ТСЖ есть и другие функции.

### Рисунок 1 - Функции ТСЖ Жилкомстандарт

Под технической функцией обслуживания Товарищества собственников жилья имеется в виду эксплуатационная составляющая.

Этот вид деятельности является наиболее заметным, и касается любого из жильцов дома, даже тех людей, которые не являются членами товарищества.

5

Техническое обслуживание многоквартирного дома нуждается в постоянных денежных вложениях, чтобы использование энергетических ресурсов было менее затратным, и от них было больше эффективности.

Товарищество собственников жилья в целях исполнения своей технической функции должна придерживаться определённых условий:

1. Правильно ввести эксплуатацию жилого многоквартирного дома.

2. Поддерживать в рабочем состоянии инженерные сети и строительные конструкции.
3. Своевременно проводить обычный и капитальный ремонт.
4. Жители дома должны быть обеспечены максимально комфортным и удобным проживанием. Однако в квартирном доме на постоянной основе должно присутствовать отопление, электроэнергия, горячая и холодная вода, функция канализации, наличие газа, вентиляция, работающий лифт, наличие городского телефона, налажен процесс вывоза мусора, также у жителей должна быть возможность использовать интернет.
5. Двор многоквартирного дома и территория около него должны быть в чистоте и порядке.
6. Товарищество собственников жилья должно обеспечить проведение ремонтов подъездов, лестниц, крыши вовремя и в срок.
7. Проводить действия по благоустройству двора и территории возле дома.
8. По желанию жильцов и в зависимости от их финансового состояния, если будет принято решение, то нужно будет установить домофон, нанять службу охраны, установить видеонаблюдение.

### 2.3. Предложения по совершенствованию обслуживания потребителей

В качестве предложения по совершенствованию обслуживания потребителей ТСЖ Жилкомстандарт и взаимодействия с участниками рынка коммунальных услуг необходимо создать новый стиль управления жильем.

Такой стиль, когда жители будут интересоваться тем, что с их домом, будут ощущать себя собственниками и на основе партнерских отношений с ТСЖ и вместе с ним будут улучшать место, где они живут.

ТСЖ Жилкомстандарт тоже не хватает рынка управления жильем. Эффективный рынок в сфере управления жилыми домами сложится только тогда, когда жители поймут, что судьба их дома зависит в большей степени от них.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы.

Качество обслуживания — это совокупность свойств и степени полезности услуг, которая предопределяет способность наиболее полно удовлетворять потребности клиентов; соответствие предоставляемых услуг ожидаемым или установленным стандартам.

Поэтому стандарты обслуживания, их реальная форма, и содержание являются критерием качества обслуживания. Качество определяет степень удовлетворения клиента, которое воздействует на его решение повторно обратиться за услугами и поддерживать хорошее мнение о предприятии.

6

Система управления сервисного предприятия ориентирована на культуру обслуживания, организационную культуру, на нововведения, мобильность внедрения новой техники, изобретений, на мотивацию сотрудников. Все сервисные предприятия в процессе создания и функционирования переживают сходные трудности, решают важные проблемы, среди которых становление сервисной организации, достижение экономической устойчивости, поддержание фирмы, формирование имиджа и завоевание прочной репутации в конкурентной борьбе на рынке услуг.

Совершенствование качества обслуживания является одной из важных задач предприятия сервиса. Под обслуживанием понимается система полезных действий, трудовых операций, направленных на удовлетворение потребностей клиентов. - качество обслуживания потребителей – это интегральный показатель, охватывающий совокупность логистических параметров (срок доставки, количество выполненных заказов, длительность цикла обслуживания, время ожидания постановки заказа на исполнение и т. п.). - совершенствование качества обслуживания является одной из важных задач предприятия сервиса.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Жилищный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2005. - № 1 (часть 1). - Ст. 14
2. Бондарева, А. С. Совершенствование управления качеством обслуживания в организациях сервиса [Текст] / А.С. Бондарева, С.В. Бершадская / В сб. Современные тенденции развития науки и производства: сборник материалов III международной научно-практической конференции, 2017. – С. 41-43.
3. Браймер, Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства [Текст] / Пер. с англ. – М. : Аспект-Пресс, 2012. – 254 с.

4. Буйленко, В. Ф. Сервисная деятельность: организационные, этические и психологические аспекты [Текст] : учеб. пособие для вузов / В. Ф. Буйленко. – Ростов н/Д. : Феникс; Краснодар : Неоглори, 2008. – 156 с.
5. Галлеев, В. И. Качество в сфере обслуживания: два измерения [Электронный ресурс] / В. И. Галлеев – Режим доступа: <http://quality.eur.ru/MATERIALY14/obsluzhivanie.htm>
6. Гандилян, А. С. Управление качеством обслуживания на предприятии: понятие, показатели и методы измерения [Текст] / А. С. Гандилян / Тенденции и перспективы развития социотехнической среды : материалы III международной научно-практической конференции, 2018. – С. 144-147.
7. Голышко, А. В. Качество обслуживание: управление клиентским опытом [Текст] / А. В. Голышко, А. Б. Теремецкая // Вестник связи, 2013. – №2. – С. 18-21.
8. Гольдштейн, Г. Я. Инновационный менеджмент [Текст] : учебное пособие / Г. Я. Гольдштейн. – М. : ТРТУ, 2008. – С. 122-132.
9. Ефимов, В. В. Потребительские ценности продукции. Стандарты и качество / В. В. Ефимов. – М. : Знание, 2010. – С. 79-89
10. Для чего нужно продвигать сайт? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://seora.ru/articles/nuzhno-prodvigat-sajt.html>
19. Доронина, Н. Н. Мотивация потребительских

7

- услуг [Текст] : учеб. пособие / Н. Н. Доронина, М. А. Амельченко. – Белгород : ИД «Белгород», 2013. – 128 с.
11. Ивакина А. М. Современные проблемы жилищно-коммунального хозяйства // Молодой ученый. — 2015. — №8. — С. 537-539.
  12. Казарова А. Я., Татевосян Э. А. Качество услуг жилищно - коммунального хозяйства России // Молодой ученый. — 2015. — №24. — С. 449-452.
  13. Кириллова Д. И. Проблемы в сфере жилищно-коммунального хозяйства и пути их решения // Молодой ученый. — 2014. — №14. — С. 162- 163.
  14. Круль Г.Я. Основы гостиничного дела / Г.Я. Круль // У.п. – М.: Центр учебной литературы, 2011. – 368 с.
  15. Киндюкова, И. С. Инновации в сфере управления качеством обслуживания потребителей [Текст] / И. С. Киндюкова, Я. Г. Саямова / Наука сегодня: теория, практика, инновации, 2017. – С. 419-426.
  16. Кокран, К. Нас много – потребитель один: ориентируемся на потребителя [Текст] / К. Кокран. – М. : Стандарты и качество, 2012. – 67 с.
  17. Котунов, Р. В. Обслуживание клиентов как конкурентное преимущество [Текст] / Р. В. Котунов. – М. : Знание, 2014. – 218 с.
  18. Масленникова, Л. А. Системы оплаты труда: как сделать выбор / Л. А. Масленникова // Российский налоговый курьер, 2010. – С. 83-85
  19. Овсянко, Д. В. Управление качеством [Текст] / Д. В. Овсянко. – СПб. : Высшая школа менеджмента, 2011. – 204 с.
  20. Фридемманн, В. Н. Ориентация на клиента [Текст] / пер. с нем. – Х. : Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. – 180 с. 45
  21. Хаймин Д. П. Проблемы реализации полномочий муниципального образования в сфере жилищно-коммунального хозяйства (на примере муниципального образования г. Екатеринбург) // Молодой ученый. — 2018. — №7. — С. 288-290.
  22. Хараишвили, А. Управление ценностью клиента [Текст] / А. Хараишвили. – Тбилиси : Издательство Ассоциации открытой дипломатии, 2013. – С. 75-82

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/112039>