

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/kontrolnaya-rabota/142880>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Сертификация товара

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1. Сущность понятий «услуга» и «сервисная деятельность» 4

3. Особенности сервисной деятельности в торговле 10

4. Нормативно-правовое регулирование сервисной деятельности 15

Заключение 20

Список использованной литературы 21

Введение

В современных условиях рыночной экономики существует жесткая конкуренция между коммерческими предприятиями. Практически все крупные предприятия имеют возможность использовать одни и те же новейшие технологии, но нельзя игнорировать такой важный фактор, как торговый сервис. Торговый сервис играет очень важную роль в достижении целей предприятия и его конкурентоспособности.

Проблема торгового сервиса актуальна по многим причинам.

Торговое обслуживание можно охарактеризовать двумя основными параметрами:

- во-первых, обслуживание клиентов, то есть общение между продавцом и покупателем;
- во-вторых, покупка и перемещение товаров населением.

Управление процессом обслуживания клиентов рассматривается как комплексная структура решений, разрабатываемых менеджерами с учетом конкурентного положения магазина на потребительском рынке, стадии его жизненного цикла, имеющегося потенциала трудовых, материальных и финансовых ресурсов. Этот комплекс управленческих решений является одним из основных механизмов развития магазинов в выбранной рыночной нише.

Роль сервиса особенно важна по отношению к многочисленным видам высокотехнологичного оборудования, покупатели которого сравнивают предложения, исходя из полной стоимости приобретаемого продукта, включая условия его эксплуатации и обновления. Для таких продуктов жизненно важны большие объемы предпродажного и послепродажного обслуживания, информационные и различные консультационные услуги.

Цель работы: изучить теоретические основы сервисной деятельности.

Объем работы: 21 страница печатного текста.

1. Сущность понятий «услуга» и «сервисная деятельность»

Рыночные услуги в современной экономике крайне разнообразны. Директива Европейского Союза разделяет их на три категории: услуги, предоставляемые потребителям; услуги, предоставляемые бизнесу; услуги одновременно предоставляются потребителям и бизнесу. В США примерно 30% из 100 млн. работников сферы услуг занято предоставлением услуг потребителям .

Услуги в своем развитии прошли три этапа. На первом этапе развитие промышленности обусловило формирование транспортных и коммунальных услуг, на втором – происходил массовый рост услуг в торговле, финансах, страховании и операциях с недвижимостью, на третьем – по мере роста национального дохода доля расходов на питание снижается, а на приобретение материальных благ, товаров длительного пользования (автомобили, жилье), позже – на предметы роскоши и отдых, увеличивается. Это вызвало рост сети гостиниц, предприятий сервиса, индустрии развлечений и путешествий. В результате жизнь общества концентрируется вокруг двух фундаментальных сфер – здоровья и образования.

В период развития сервисной экономики особое значение приобретает качество жизни, измеряемое

услугами и различными удобствами в сфере здравоохранения, образования и культуры. Это, соответственно, вызывает определенные изменения в структуре производства и реализации услуг, поскольку возрастает роль рекреационных услуг и услуг, направленных на развитие и духовное и физическое восстановление и совершенствование человека.

Указанные услуги связаны с социо-культурными, рекреационными, духовными потребностями, которые относятся к индивидуализированным потребностям потребителей. Среди этих услуг значительное место отводится рекреационно-развлекательным (туристические услуги, спортивно-оздоровительные, SPA и WELLNES услуги, медицинские услуги и тому подобное).

Рост важности сферы услуг в экономике России в первую очередь объясняется зависимостью объемов и структуры потребления домохозяйств от объемов их доходов. В условиях жесткой конкуренции на рынке человек осуществляет производство для удовлетворения собственных потребностей и повышения уровня потребления. Еще в конце XIX века немецкий статистик и экономист Е. Энгель, изучая структуру бюджетов рабочих семей, вывел несколько видов кривых и сформулировал эмпирические законы потребления. Заметим, что они занимают отдельное место в общей системе экономической теории, никак не связаны с рыночным равновесием и преподаются экономистами как некоторый автономный феномен .

Среди основных теоретических положений, известных как законы Энгеля, согласно цели нашего исследования, отметим следующую зависимость (в формулировке современной микроэкономической теории): «Потребление образовательных, юридических, медицинских услуг и услуг, связанных с отдыхом, имеет тенденцию возрастать быстрее, чем растут доходы».

На нынешнем этапе сервис становится наиболее национально ориентированным феноменом по сравнению с другими секторами общественного производства. Он предоставляет значительно больше возможностей для проявления национальной самобытности. Большинство сервисных предприятий в мире связывают стратегию своей успешности именно с брендом национальной самобытности, а не универсализмом. Таким образом, сегодня наблюдается повышение роли сервиса в экономике страны, от состояния которой в значительной степени зависит эффективность развития современного общества.

В развитии менеджмента организаций сферы услуг выделяют четыре основных этапа:

I этап – середина 60-х – середина 70-х годов XX века (США). Этот период характеризуется публикацией эпизодических научных работ, где обосновывается уникальность услуг как особого продукта деятельности организации и выявляются свойственные им характеристики.

II этап – вторая половина 1970-х годов. Этот период характеризуется активным развитием сферы услуг в странах Запада, что побудило многих специалистов в области менеджмента и маркетинга к изучению проблем управления сервисными организациями. В течение последующего десятилетия в центре внимания исследователей и практиков находились главным образом три вопроса: во-первых, определение понятия «услуга», во-вторых, описание присущих услугам характеристик и, в-третьих, выявление различий в деятельности промышленных и сервисных организаций.

III этап – от середины 80-х годов и примерно до конца XX века. В это время формируются конкретные подходы и инструменты управления сервисными организациями.

IV этап – конец 1990-х годов – настоящее время. На этом этапе происходит интегрирование сформированных на начало XXI века наработок сервисного менеджмента. Направления проводимых исследований, имеющих междисциплинарный характер и объединяющих в себе различные аспекты проблемных полей менеджмента, маркетинга, управления персоналом, операционного менеджмента и проч .

Заметим, что систематика в большинстве исследований осуществлена на основе разработок зарубежной научной мысли.

Впервые понятие сервис упоминается в Советском энциклопедическом словаре (1981 г.), где дается определение: «Сервис – обслуживание населения» . В те годы это понятие ассоциировалось с ремонтно-бытовым сервисом и автосервисом

Полноценное функционирование современного общества все, в большей степени, детерминировано развитием сферы услуг. Известно, что быстрое развитие сферы услуг, которая является важным источником мобилизации национального роста, повышения качества и уровня жизни населения, – это характерная черта перехода страны в постиндустриальную стадию развития. Однако в странах постсоветского пространства лишь недавно пришли к осознанию, насколько важную роль играют услуги в процессе вовлечения страны в глобальную экономику и международном разделении труда. Отрасли, оказывающие услуги, превращаются в доминирующий сектор национального хозяйства по показателям формирования валового внутреннего продукта и численности занятых, что позволяет аналитикам говорить

о тенденции становления «сервисной» экономики.

Пристальное внимание ученых традиционно уделяется эффективности материального производства, тогда как вопросам эффективности в сфере услуг посвящено крайне мало научных работ. Это обусловлено отношением, которое сложилось в нашей стране, к материальному производству как доминирующему сектору национальной экономики.

В то же время в отечественной экономической науке изучение аспектов сервисного управления как области научных знаний только формируется. Однако динамичное развитие сферы услуг в российской экономике обусловил острую необходимость соответствующих научных разработок .

Список использованной литературы

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: история и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов / Г.А. Аванесова. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 318 с.
2. Байгулова А.А., Якушенко А.А. Система показателей стратегического отраслевого бизнес-анализа // Проблемы экономики и менеджмента. – 2016. – № 1 (53). – С.6
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М.: Academia, 1999. – 956 с.
4. Томилов В.В. Культура организации международных бизнес-коммуникаций / В.В. Томилов. – СПб.: СПбГУЭФ, 1999. – 248 с.
5. Балалова Е.И. Сервисная деятельность: учет, экономический анализ и контроль: учеб. пособ. / Е.И. Балалова, О.В. Каурова. – М.: Дело и сервис, 2006. – 288 с.
6. Карнаухова В.К. Сервисная деятельность: учебное пособие / В.К. Карнаухова, Т.А. Краковская. – М., 2008. – 254 с.
7. Коробкова С.Н. Сервисная деятельность / С.Н. Коробкова, В.И. Кравченко, С. В. Орлов, И. П. Павлова; под общ. ред. В. К. Романович. – СПб.: Питер, 2005. – 156 с.
8. Кулибанова, В.В. Сервисная деятельность. Маркетинг: учебник и практикум для СПО / В.В. Кулибанова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 259 с.
9. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский. – Кострома: ИНФРА-М, 2008. – 511 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 1998. – 887 с.
11. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / Джон Шоу; пер с англ. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 337 с.

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/kontrolnaya-rabota/142880>