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/referat/385300

Тип работы: Реферат

Предмет: Менеджмент

Введение.....3
1. Особенности менеджмента в сфере услуг.....4
2. Маркетинг на предприятиях сферы услуг.....10
Заключение.....14
Список литературы.....15

Введение

Сектор услуг является одним из основных секторов общественного производства, предназначенным для удовлетворения потребностей и потребностей населения.
Актуальность
Рынок услуг рассматривается в единстве с товарным рынком как одна из его разновидностей, подчиняющаяся общим законам рыночной экономики. В то же время рынок услуг обладает рядом характеристик, среди которых высокая динамичность, территориальная сегментированность и локальный характер, высокий коэффициент оборачиваемости капитала из-за короткого производственного цикла, преобладание в производстве услуг малых и средних предприятий, особенности процесса предоставления услуг, связанные с личным контактом производителя и потребителя, индивидуальностью и несоответствием услуг и технологий, предоставляемых во многих отраслях, неопределенность результата во многих случаях при оказании услуг.
Управление сервисным бизнесом и принятие необходимых управленческих решений требуют большого объема информации в этой области. В соответствии с этим изучение дисциплины в основном основано на изучении организационных процессов, определении видов и методов организации производственных процессов на предприятиях сферы услуг, организации исследовательской подготовки по производству новых видов продукции (услуг), ее сущности, его содержание и роль и многое другое, управление отношениями с клиентами.
Цель работы изучить сущность менеджмента в сфере услуг
Объект исследования – сфера услуг
Предмет исследования- менеджмент в сфере услуг

1.Особенности менеджмента в сфере услуг

Сектор услуг имеет ряд характеристик. В отличие от промышленного производства аналогичных потребительских товаров, ориентированных на рыночный спрос в целом, деятельность предприятий бытового обслуживания основана на предоставлении услуг конкретному клиенту в соответствии с его вкусами и индивидуальными запросами, согласованными при получении и размещении заказа.[4, с 17]
Заказ на услугу - это своего рода договор, по которому исполнитель в лице компании бытовых услуг обязуется выполнить все необходимые работы с надлежащим уровнем качества и в установленные сроки, а заказчик их принимает и оплачивает. Предоставляя услугу, работники отрасли должны выполнять две взаимосвязанные функции: производство работ и обслуживание клиентов, а также функцию посредника при транспортировке продукции.
Двойственность решаемых задач в данном случае приводит к наличию двух противоречащих друг другу аспектов хозяйственной деятельности, с одной стороны, они должны быть направлены на улучшение обслуживания потребителей, с другой-на повышение эффективности производства услуг.[5,с 12]
Совершенствование услуг подразумевает большее удовлетворение потребностей населения за счет увеличения объема и расширения видов услуг, повышения качества выполнения работ, сокращения времени, затрачиваемого клиентами на посещение предприятий, повышения культуры обслуживания посетителей.[6, с 18]

Повышение эффективности выполнения работ предполагает более высокую степень использования имеющихся ресурсов и осуществляется на основе развития концентрации и специализации производства, внутрисистемной кооперации, внедрения новых методов и технологий, постепенной организации производства. производства и Труда, от сокращения

Совместное действие этих моделей и необходимость поиска в каждом конкретном случае рационального варианта объединения различных сторон экономической деятельности создают особые трудности в организации предприятий. В самом общем виде это сводится к нахождению фактора производства услуг и обслуживания потребителей, оптимально сочетающего интересы населения, предприятия и работников отрасли.[7, с 27]

Интересы населения заключаются в получении всех необходимых, качественных и относительно недорогих услуг. Интересы предприятий сферы услуг заключаются в предоставлении большего количества услуг с максимальной прибылью. Наиболее полное сочетание интересов населения и предприятий сферы услуг требует систематических и целенаправленных действий, направленных на упорядочение отношений между ними с целью достижения максимальной социальной и экономической эффективности предоставляемых услуг.

1.Аброскин А. Сфера услуг и экономическое развитие (методологические аспекты статистического анализа). Вопросы статистики, 2021, №10 - с. 42

2. Балалова, Е.И. Сервисная деятельность, учет, экономический анализ и контроль: Учебное пособие / Е.И. Балабанова, О.В. Каурова. - М.: Издательсьво "Дело и сервис", 2020. - 288 с.

3. Болтнев А. Экономическая деятельность учреждений культуры (математические и статистические методы анализа). - Тамбов: МИНЦ, 2021 - с. 65

4. Бочан И.А. Глобальная экономика: учебник / И.А. Бочан, И.Г. Михасюк. - М.:,2020. - 403 с.

5. Бурденкова Е. Об основных направлениях совершенствования организации статистического наблюдения за услугами. - Вопросы статистики, 2021, №5 - с. 16

6. Бурменко Т.Д. Сфера услуг: экономика: учебное пособие / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко. - М.: Кнорус, 2021. - 328 с.

7. Генезис рыночной экономики (политэкономия, микроэкономика, макроэкономика, экономический анализ, экономика предприятия, менеджмент, маркетинг, финансы, банки, инвестиции, биржевая деятельность): Сроки, понятие персоналии / составители: В.А. Григорьев, М.И. Манилич, Г.Д. Шута, [за наук. ред.Г.И. Башнянин]. - М.: Магнолия плюс, 2019. - 688 с.

8. Герасимчук В.Г. Международная экономика: учеб. пособие. / В.Г. Герасимчук, С.В. Войткл. - К.: Знание, 2021. - 302 с.

9. Данилишин Б.М. Сфера и рынок услуг в контексте социальной модификации общества / Б.М. Данилишин, В.І. Куценко, Я.В. Остафчук. - К.: ЗАО Нич лава, 2020. - 328 с.

10. Данилишин Б.М. Сфера и рынок услуг в контексте социальной модификации общества /Б.М. Данилишин, В.И. Куценко, Я.В. Евстафий? чук. - М.: ЗАО "Ночь скамья", 2020. - 328 с.

11. Карнаухова, В.К. Сервисная деятельность: учебное пособие / В.К. Карнаухова, Т.А. Краковская. - М.: ИКЦ "МарТ"; Ростов н/Д: Издательский центр "МарТ", 2020. - С. 116.

12. Кликич Л.М. Эволюция сферы услуг: проблемы методологии и анаВлиз. - Уфа: БГАУ, 2022. - 172 с.

13. Козик В.В. Международная экономика и международные экономические отношения: практикум / В.В. Козык, Л.А. Панкова, А.Ю. Григорьев, А.А. Босак. - М.: Викар, 2020. - 589 с.

14. Козик В.В. Международная экономика и международные экономические отношения: практикум /В.В. Козик, Л.А. Панкова, О.Ю. Григор Григорьев, А.А. Потомусак. - М.: Викар, 2020. - 589 с.

15. Котилко В.В. Менеджмент и маркетинг в сфере услуг / В.В. КоВтилко, А.В. Антонов. - М.: МГЭИ, 2021. - 150 с.

16. Кулибанова, В.В. Маркетинг сервисных услуг / В.В. Кулибанова. - СПб.: Вектор, 2020. - 192 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/referat/385300