

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение
высшего и профессионального образования
Оренбургский государственный университет

Кафедра управления персоналом

Э.Ш. ЗЕЛЕНЦОВА, О.В. МЕЛЬНИКОВА

СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
государственного образовательного учреждения
высшего и профессионального образования
Оренбургского государственного университета

Оренбург 2007

УДК 658.818.3 (076.5)

ББК 65.206я7

З-48

Рецензент

доктор экономических наук, профессор Л.С. Зеленцова

Зеленцова, Э.Ш.

**Сервисная деятельность: методические указания/ Э.Ш.
Зеленцова, О.В. Мельникова - Оренбург: ГОУ ОГУ,
2007.-56с.**

Методические указания составлены на основании государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования: «Государственные требования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускника по специальности 100101/ введен в действие 00.00.00.

Предназначены для преподавания специальной дисциплины для студентов специальности 100101.

ББК 65.206я7

© Мельникова О. В.
Зеленцова Э. Ш., 2007.
© ГОУ ОГУ, 2007

Содержание

1 Пояснительная записка.....	5
1.1 Предмет изучения дисциплины.....	5
1.2 Цель преподавания дисциплины.....	5
1.3 Задачи изучения дисциплины.....	5
1.4 Место дисциплины в учебном процессе	5
2 Организационно-методические данные дисциплины.....	6
3 Содержание программы дисциплины.....	7
3.1 Исторические этапы развития услуг и сервисной деятельности в разных странах мира.....	7
3.2 Сущностный характер сервисной деятельности и ее место в структуре общественной практики.....	8
3.3 Особенности сервисной деятельности на рубеже XX-XXI веков.....	9
3.4. Предпринимательская активность. Управление предприятием сервисной сферы.....	11
4 Рекомендуемая литература.....	14
4.1 Основная литература.....	14
4.2 Дополнительная литература.....	14
5 Практические занятия и методические материалы по видам занятий.....	15
6 Контрольные вопросы для самопроверки.....	40
7 Тесты.....	43

1 Пояснительная записка

1.1 Предмет изучения дисциплины

Предметом изучения дисциплины «Сервисная деятельность» является изучение: исторических этапов развития услуг и сервисной деятельности в разных странах мира; сущностного характера сервисной деятельности и ее места в структуре общественной практики; особенностей сервисной деятельности на рубеже XX-XXI столетий; предпринимательской активности и управления предприятием сервисной деятельности; получение практических навыков.

1.2 Цель преподавания дисциплины

Цель курса заключается в приобретении студентами знаний о сервисной деятельности и сфере услуг, раскрыть наиболее важные вопросы сервисной деятельности и содержания основных понятий: сервис, потребность, услуга, сервисная информация, сервисный маркетинг и т.д.

1.3 Задачи изучения дисциплины

Исходя из указанной цели, складываются следующие задачи изучения дисциплины:

- сформировать у студентов представление о взаимодействии работников предприятий сервиса и потребителей их услуг;
- дать знания о сфере сервиса – как часть экономической системы;
- сформировать у студентов представление о сфере услуг;
- дать знания об основе функционирования сферы услуг;
- дать знания о классификации видов сервиса по сфере его осуществления;
- сформировать у студентов представление о видах человеческой деятельности;
- знать классификацию потребностей;
- знать классификацию услуг;
- сформировать у студентов представление о роли сервиса в жизнедеятельности человека.

1.4 Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Сервисная деятельность» является специальной дисциплиной. Ее изучение основывается на знаниях, полученных в результате освоения всех дисциплин специальности. Знания, умения и навыки, приобретенные при изучении курса «Сервисная деятельность» используются в практике осуществления трудовой деятельности

Дисциплина «Сервисная деятельность» базируется на следующих курсах:

- «Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме»;
- «Этикет»;
- «Этика делового общения»;
- «Сервисная деятельность»;
- «Туристический бизнес»;
- «Организация туристической деятельности»;
- «Технология продаж туристических услуг».

2 Организационно-методические данные дисциплины

Курс рассчитан на 51 час, в том числе на 34 часа лекций, 17 часа практических занятий. Промежуточная оценка знаний и умений студентов проводится посредством рубежного контроля, которые включают в себя основные проблемы курса. Итоговый контроль в виде экзамена. Читается курс в 4 семестре.

Виды учебных занятий с разбивкой трудоемкости приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Виды учебных занятий с учетом трудоемкости

Вид работы	Трудоемкость, ч 4 семестр
Общая трудоемкость	102
Аудиторная работа	51
<i>Лекции (Л)</i>	34
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	17
Самостоятельная работа	51
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.п.) (СР)	51
Вид итогового контроля	экзамен

3 Содержание программы дисциплины

3.1 Исторические этапы развития услуг и сервисной деятельности в разных странах мира

3.1.1 Дифференциация занятий и социальных ролей в первобытной культуре и архаических сообществах

Хозяйство первобытных людей. Мифология. Магическая практика. Дифференциация занятий и социальных ролей. Предпосылки формирования сферы услуг.

3.1.2 Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира

Сообщества древнего мира. Особенности древних сообществ. Типы услуг. Развитие новых услуг. Семья как единое домохозяйство. Организация массовых зрелищ.

3.1.3 Услуги в средневековом обществе Западной Европы

Влияние научно-философской мысли. Развитие системы торговли. Роль христианской религии.

3.1.4 Влияние индустриального производства на сервисную деятельность

Промышленная революция, индустриальное производство. Влияние СМИ. Предпосылки появления сферы рекреации. Американский сервис. «Общество изобилия»

3.1.5 Сервисная деятельность в обществе постиндустриального типа

Информационная революция. Сервизация экономики. Особенности постиндустриальной экономики. Негативные тенденции на рубеже XX и XXI вв. Роль информационно-финансовых технологий. Кризис человека.

3.1.6 Сервисная деятельность в развивающихся странах

Развивающиеся страны. Модернизация. Новые индустриальные страны. Динамика роста числа занятых. Структурно-организационные качества бизнеса в сфере услуг. Динамика сферы услуг. Особенности потребительских предпочтений. Услуги художественно-эстетического плана.

3.1.7 Объективные факторы развития хозяйствования и услуг в России

Воздействие территориально-климатических зон. Ямская служба. Хозяйственное и этнокультурное многообразие российского общества. Факторы интеграции.

3.1.8 Роль государственных механизмов в развитии услуг

Значение государственных механизмов. Административно-правовые механизмы. Система учебных заведений. Влияние товарно-рыночных отношений в современной России.

3.1.9 Отечественные услуги: от традиционных форм к современным

Влияние дворянского сословия. Народные ремесла и промыслы. Ремесленные занятия и торговля. Розничная торговля в России. Роль промышленных подъемов. Роль кредитно-банковских операций. Использование свободного времени. Массовые развлечения в России.

3.1.10 Уровень жизни населения и сферы обслуживания в советский и постсоветский периоды

Инновации в отраслях хозяйства. Доходы населения. «Бесплатное потребление». Предпосылки образования среднего класса. Социокультурная инфраструктура. Особенности советского периода. Преобразования в СССР

3.2 Сущностный характер сервисной деятельности и ее место в структуре общественной практики

3.2.1 Методологические основы и междисциплинарный характер научного анализа сервисной деятельности

Понятие сервисной деятельности. Специфика сервисологии. Эмпирический уровень анализа. Общетеоретический анализ. Методология анализа. Прикладной уровень. Предметно-дисциплинарный ракурс. Исторический характер сервисной деятельности.

3.2.2 Подход к изучению сервисной деятельности в рамках «общества потребления»

Концепция «общества потребления». Подходы к анализу сервисной деятельности. Использование маркетинга и рекламы. Концепции и школы.

3.2.3 Теоретические основания анализа сервисной деятельности постиндустриального общества.

Новые экономические концепции. Деструктивные тенденции. Индустриально-сервисная экономическая модель. Невещественные ресурсы общества.

3.2.4 Классификация услуг и сервисной деятельности в научном анализе.

Разработка критериев классификации. Задача выработки единых критериев. Модель классификации услуг североамериканского континента. Услуги, учитываемые статистическими органами. Типы услуг в разных сферах применения. Российский классификатор услуг. Классификация по функциональной сущности. Материальные и нематериальные услуги. Классификация услуг по взаимосвязанным качествам. Классификация услуг центральной и локальной власти.

3.2.5 Экономическая сущность сервисной деятельности.

Сущность сервисной деятельности как хозяйственного явления. Номенклатура сервисных организаций. Характер труда в сервисной деятельности. Признаки услуг, сообщающих сервисной деятельности как экономическому явлению специфический характер. Сервисные продукты. Национальный туристский продукт.

3.2.6 Сервисная деятельность в структуре хозяйственной практики.

Сфера услуг. Отраслевая структура хозяйства. Сектора экономики. Третичный сектор экономики. Классификация сервиса. Сервис и промышленное производство.

3.2.7 Сервисная деятельность как способ удовлетворения общественных потребностей.

Понятие потребности. Факторы наличия потребностей. Классификация потребностей. Сервисная деятельность как способ удовлетворения общественных потребностей.

3.2.8 Зависимость сервисной деятельности от географических, поселенческих и демографических факторов.

Зависимость от географических факторов. Влияние размещения людей на территории. Понятие центрального места. Фактор урбанизации. Демографические факторы. Влияние миграционных процессов.

3.2.9 Государственно-правовое регулирование сервисной деятельности и выполнение государством сервисных функций.

Государство как аппарат регулирования. Регулятивные функции как услуга. Объекты государственного контроля. Социальная политика.

3.2.10 Сервисная деятельность в структуре социальных отношений.

Сфера социальных отношений. Стратификационное деление общества. Понятие жизнеобеспечения.

3.2.11 Сервисная деятельность как часть культуры.

Научное понимание культуры. Внутреннее строение культуры. Массовое понимание культуры. Связь сервисной деятельности с духовной культурой. Социокультурные услуги. Отношения сервисной деятельности и религии.

3.3 Особенности сервисной деятельности на рубеже XX-XXI веков

3.3.1 Изменение роли сервисной деятельности в экономическом и общественном развитии.

Трансформация роли и значения третичного сектора на рубеже XX и XXI столетий; факторы, обуславливающие трансформацию. Изменение потребностей западных потребителей. Предпосылки, определяющие опережающее развитие третичного сектора. Экстернализация услуг. Трансформация внутренней структуры третичного сектора: выделение услуг, связанных с поставками и постпродажным обслуживанием; развитие распределительных услуг; динамичный рост деловых услуг; возрастание роли услуг, связанных с рекреацией и развитием человека.

3.3.2 Интенсификация международного обмена услугами.

«Невидимый экспорт». Практика предоставления международных услуг. Типовые формы экспортного сервиса. Правовое регулирование сервисного экспорта. Экспорт и импорт услуг. Международные финансовые и банковские услуги. Туристские услуги. Транснациональные компании; финансово-промышленные корпорации; глобальные объединения; стратегические союзы компаний. Обмен услуг на постсоветском пространстве.

3.3.3 Экономические и организационные аспекты сервисной деятельности современного типа.

Экономические механизмы функционирования сферы услуг. Качества развития сервисной деятельности в современных условиях. Эластичная стратегия реагирования на потребительский спрос. Особенности бизнеса в сфере

сервиса. Предпринимательская и межфирменная сеть. Формы межфирменных сетей; франчайзинг. Масштаб сервисных предприятий. Стратегия и критерии эффективности сервисной деятельности. Мерчандайзинг. «Индустрия порока».

3.3.4 Особенности развития сервисной деятельности в современной России.

Ситуация в сфере сервиса России 90-х годов XX века. Роль государства в сервисной деятельности. Влияние на сферу сервиса России финансового кризиса 1998 года. Основные тенденции развития сервисной деятельности в России в последние 10-15 лет; совершенствование библиотечного и музейного обслуживания; развитие сегмента интернет услуг; инновации в российском туризме; венчурный бизнес. Типы организационных структур в отечественном сервисе. Территориальная сегментация сервиса в России. Нелегальная сервисная деятельность в стране.

3.3.5 Сервисная деятельность как процесс и его связь с экономической конъюнктурой.

Динамико-временные аспекты сервисной деятельности. Экономическая конъюнктура. Регулярные и иррегулярные изменения экономической конъюнктуры. Регулярные циклы мировой конъюнктуры. Прогнозы конъюнктуры в сервисной деятельности. Оценка состояния экономической конъюнктуры в России.

3.3.6 Особенности внедрения инноваций в сферу услуг.

Общие закономерности процесса внедрения инноваций. Базисные нововведения. Частичные инновации. Основные типы инноваций в производстве услуг. Управление нововведениями; инновационный процесс; инновационные менеджеры. Инновации в отечественной сфере услуг. Неудачные инновации отечественного сервиса: сетевой маркетинг, таймшер. Розничная торговля в России.

3.3.7 Жизненный цикл услуги и учёт его особенностей в предпринимательской деятельности.

Жизненный цикл сервисного продукта. Фазы жизненного цикла сервисного продукта. Основные характеристики жизненного цикла услуги. Сопутствующие услуги. Меры по учёту жизненного цикла услуг, обеспечивающие получение прибыли.

3.3.8 Процесс обслуживания потребителей.

Процесс обслуживания. Соотношение понятий «обслуживание» и «услуга». Первый контакт потребителя и производителя услуг. Сущность предпринимательского обслуживания. Специфика процесса обслуживания. Специфика услуг. Контактная зона. Постпродажный вид обслуживания. Гарантийное и послегарантийное обслуживание.

3.3.9 Формы обслуживания и показатель затрат времени.

Форма обслуживания. Современные формы обслуживания. Устаревшие формы обслуживания. Нормативное представление о времени исполнения услуги. Примеры нормативов обслуживания.

3.3.10 Проблема качества и безопасности услуг в практике современного сервиса.

Качество услуги. Полезные свойства услуги; производственные, функциональные и потребительские свойства услуги. Наиболее распространённые свойства разного рода услуг. Потребители, как субъект оценки качества. Двусторонний подход к выявлению оценки качества услуг. Безопасность услуги. Информационная безопасность в сфере услуг.

3.3.11 Управление качеством услуг, контроль стандартов и безопасности обслуживания.

Системы обеспечения качества на предприятиях. Зарождение и развитие комплекса стандартов ИСО. Понятие управления качеством. «Петля качества» услуги. Развитие национальных стандартов качества в разных странах. Оценка качества потребителями и самоконтроль предприятий. Государственное регулирование качества услуг; стандартизация и сертификация; лицензирование. Критерии качества и безопасности информации.

3.3.12 Культура сервиса.

Понятие культуры сервиса. История становления культуры сервиса. Международные принципы сервисной культуры. Положительные тенденции развития отечественной культуры сервиса. Психологические основы процесса обслуживания потребителей.

3.3.13 Эстетические основы, деловой этикет и эстетические аспекты сервисной деятельности.

Этика обслуживания. Ключевые этические принципы и нравственные категории сервисной деятельности. Профессионально-служебная этика сервисной деятельности. Универсальные нормы служебной этики. Служебный этикет работников сервисной сферы. Эстетическая составляющая обслуживания.

3.4. Предпринимательская активность. Управление предприятием сервисной сферы

3.4.1 Особенности предпринимательства сферы услуг и специфика его размещения на территории России.

Специфика развития предпринимательства сферы услуг в России досоветского и советского периодов. Преобразования постсоветского периода. Факторы, влияющие на развитие сервисного предпринимательства в России. Особенности развития предпринимательства сферы услуг в российских городах. Специфика становления сельского сервисного предпринимательства в России.

3.4.2 Сервисный бизнес в структуре властных и имущественно-правовых отношений на местах.

Основы взаимодействия местных властей и сервисных предприятий. Организационные основы предприятий сферы сервиса, разновидности, специфика. Типы общественных потребностей, групповых интересов, самостоятельных форм активности. Специфика современного культурного обслуживания населения. Деятельность предприятий с иностранным капиталом и иностранными инвестициями. Поддержка малого предпринимательства; ассоциация предприятий малого бизнеса; бизнес-инкубаторы; технопарки.

3.4.3 Индивидуально-личностные и социально-корпоративные предпосылки развития сервисного бизнеса.

Факторы и обстоятельства предпринимательской деятельности в сфере услуг. Оценка перспективности организации бизнеса в сфере сервиса и услуг. Личные качества предпринимателя. Стадии организации бизнеса в сфере обслуживания. Франчайзинговая деятельность. Стратегия «опора на крупную фирму». Сегментация рынка сервисной деятельности по сферам интересов. Разделение отечественных предпринимателей по способу ведения бизнеса.

3.4.4 Особенности общего управления сервисным предприятием.

Важнейшие функции управления. Общий менеджмент на предприятиях сферы услуг; специфика менеджмента на крупных, средних и малых предприятиях. Функции высшего звена менеджмента. Цели развития сервисного предприятия. Стратегия предприятия. Обеспечение безопасности бизнеса; принципы обеспечения безопасности.

3.4.5 Организационная структура сервисного предприятия.

Сущность организационной структуры предприятия. Характеристика организационной структуры малых предприятий. Типы организационной структуры малых, средних и крупных предприятий сервиса. Классификация подходов к обеспечению эффективного организационного конструирования. Группы работников современных сервисных предприятий. Факты и тенденции деградации отдельных сторон организации сервисных предприятий.

3.4.6 Производственный менеджмент.

Основные направления производственного менеджмента. Оптимизация процесса эффективного осуществления услуг. Способы повышения производительности труда. Управление специфическими процессами обслуживания. Контроль состояния оборудования и помещений предприятия. Текущее и оперативное планирование. Контроль эффективности и качества обслуживания. Управление производственными запасами.

3.4.7 Использование основ социального менеджмента на сервисном предприятии.

Социальное управление. Основные социальные показатели общества. Принципы социального управления. Методы социального управления на сервисном предприятии: организационно-административные, правовые, экономические, социальные и социально-психологические методы социального управления.

3.4.8 Менеджмент персонала.

Менеджмент персонала в сфере услуг. Основные тенденции управления персоналом за рубежом. Специфика отечественного менеджмента персонала. Вопросы, входящие в компетенцию подразделения по работе с кадрами. Методы подбора персонала. Общие свойства характера и работоспособности персонала. Меры по закреплению перспективных кадров и отсеву нерадивых работников. Факторы, влияющие на деятельность персонала сервисных фирм. Опыт подбора и мотивации персонала в разных странах.

3.4.9 Взаимодействие с потребителями услуг как управленческая задача.

Учёт приверженности и удовлетворённости потребителей. Критерии разделения посетителей на разные типологические группы и классы; постоянные клиенты. Индивидуальный маркетинг. Особенности взаимодействия с потребителем в разных предприятиях сервиса. Подходы к жалобам потребителей.

3.4.10 Стратегия и тактика маркетинга сервисного предприятия.

Философия и технология сервисного бизнеса. Стратегический и операционный маркетинг. Всесторонний анализ маркетинговых возможностей предприятия. Стратегия маркетинга; позиционирование сервисного продукта. Изучение и учёт потребительских запросов и отношений; анализ потребительского поведения. Внешние параметры и ценообразование сервисного продукта; дифференцированная цена. Продвижение товара; рекламная стратегия; эффективность рекламы. Особенности маркетинга на отечественном и зарубежном рынке. Принципы и приёмы позиционирования.

3.4.11 Определение общей эффективности работы предприятий сервиса.

Эффективность работы сервисного предприятия. Целиориентированный подход к эффективности. Теория комплексного экономического анализа. Эффективность работы системы управления; критерии оценки. Показатели эффективности работы организации. Многомерная динамическая модель; составные характеристики успешной работы.

4 Рекомендуемая литература

4.1 Основная литература

- 4.1.1 Анискин, Ю.П. Организация и управление малым бизнесом/Ю.П. Анискин – М., 2001.
- 4.1.2 Беквит, Г. Что любят клиенты/Г. Беквит - СПб.: Питер, 2004.
- 4.1.3 Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования: пер. с англ. - М.: Academia, 1999.
- 4.1.4 Блэкуэлл, Д. Поведение потребителей/Л. Блэкуэлл, П. Миниард, Д. Энджел. 9-е изд. - СПб.: Питер, 2002.
- 4.1.5 Браун, Л. Имидж - путь к успеху/Л. Браун - СПб.: Питер, 2000.
- 4.1.6 Ботавина, Р. Н. Этика менеджмента/ Р.Н. Ботавина - М.: Финансы и статистика, 2001.
- 4.1.7 Ботавина, Р. Н. Этика деловых отношений/ Р.Н. Ботавина - М.: Финансы и статистика, 2001
- 4.1.8 Воронин, А.Г., Основы управления муниципальным хозяйством/А.Г. Воронин, В.А. Лапин, А.Н. Широков – М., 1998.
- 4.1.9 Гэлбрейт, Д.К. Экономические теории и цели общества: пер. с англ. - М.: Прогресс, 1979.
- 4.1.10 Егорова, С. К. Информационное обеспечение управления в сфере услуг/С.К. Егорова - М.: Юрист, 2000.
- 4.1.11 Иванов, Н. Н. Управление сферой услуг: инфраструктурный подход/Н.Н. Иванов - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001.
- 4.1.12 Котлер, Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. - М.: Прогресс, 1990.
- 4.1.13 Кабушкин, М.И., Менеджмент гостиниц и ресторанов/М.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко – Минск, 2002.
- 4.1.14 Песоцкая, Е. В. Маркетинг услуг: учебное пособие/Е.В. Песоцкая - СПб.: Питер, 2000.
- 4.1.15 Маслоу, А. Мотивация и личность/А. Маслоу. 3-е изд. - СПб.: Питер, 2003.
- 4.1.16 Маслоу, А. Маслоу о менеджменте/А. Маслоу - СПб.: Питер, 2003.
- 4.1.17 Успенский, И. Интернет как глобальный электронный рынок/И. Успенский - СПб.: Сентябрь, 1999.
- 4.1.18 Успенский, И. В. Интернет-маркетинг: учебник/И.В. Успенский - СПб.: СПбГУЭФ, 2003.
- 4.1.19 Хейг, М. Основы электронного бизнеса/М. Хейг - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002.

4.2 Дополнительная литература

- 4.2.1 Алешина, И. В. Поведение потребителей/И.В. Алешина – М., 1999.
- 4.2.2 Грацианов, П. А. О народных банях/П.А. Грацианов - СПб., 1901.

- 4.2.3 Глухих, И. Н. Информационные системы в экономике: учебное пособие/ И.Н. Глухих - Тюмень: Издательство ТюмГУ, 2003.
- 4.2.4 Де Джордж Ричард, Т. Деловая этика/ Т. Де Джордж Ричард - М.: Прогресс, 2003.
- 4.2.5 Ерасов, Б.С. Социальная культурология/Б.С. Ерасов – М., 1996.
- 4.2.6 Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы/Е.П. Ильин - СПб.: Питер, 2003.
- 4.2.7 Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ/ Под науч. ред. О. И. Шкаратана/ М. Кастельс - М.: ГУ ВШЭ, 2000.
- 4.2.8 Козырев, А.А. Мотивация потребителей/А.А. Козырев - СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2003.
- 4.2.9 Козырев, В.М. Менеджмент в туризме: Экономика туризма/ В.М. Козырев– М., 2004.
- 4.2.10 Николайчук, В. Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис/В.Е. Николайчук – М., 2004.
- 4.2.11 Папирян, Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства/ Г.А. Папирян– М., 2000.
- 4.2.12 Райс, Э. Позиционирование: Битва за узнаваемость Траут Д/Э. Райс – СПб., М., 2002.
- 4.2.13 Уотермен, Р. Фактор обновления: Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании: пер. с англ/Р. Уотермен – М., 1988.
- 4.2.14 Чудновский, А. Д. Туризм и гостиничное хозяйство/А.Д. Чудновский – М., 2000.

5 Практические занятия и методические материалы по видам занятий

Ассоциация предприятий малого бизнеса - это совокупность юридически независимых малых фирм, объединенных для осуществления предпринимательской деятельности на определенной территории (в области, районе)

Венчурный бизнес - бизнес, продвигающий в производство рискованные научные разработки.

Рекламный бизнес – бизнес, породивший в отечественной практике последнего десятилетия крупнейшие сервисные организации.

Бизнес-инкубаторы - серьезная помощь малым предприятиям, располагают возможность предоставить профессионально-технологические услуги.

Домашнее хозяйство - сеть родственных, соседских и дружеских отношений, воспроизведение немалого объема жизнеобеспечения людей, реализация тех их потребностей, которые не могут удовлетворить государственные институты или рыночные отношения.

Жизнеобеспечение - комплекс общественных и индивидуальных усилий, нацеленных на воспроизводство и развитие условий жизни людей.

Зрелища массовые - театральные представления, сначала в виде постановок мифологических сюжетов, позже исполняемые на базе авторских пьес, были довольно широко распространены в важнейших культурных регионах древнего мира.

Инновации в сфере услуг - результат инновационной деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности), который способен более эффективно удовлетворять общественные потребности.

Типы и разновидности инноваций

- технические;
- организационно-технологические ;
- управленческие.

Управление - цель увеличить степень инновационной насыщенности процессов обслуживания, а также организация работы персонала с тем, чтобы повысить коммерческий успех, эффективность деятельности предприятия в целом.

Конъюнктура экономическая - направленность, степень изменения рынка товаров и услуг, сложившиеся на данный период времени и отличающиеся от предыдущего периода.

Изменения:

- иррегулярные;
- регулярные.

Циклы:

- малые;
- большие;
- сезонные.

Прогноз - знание общеэкономических регулярных изменений, именно на основе такого знания возможно предвидение, которое в свою очередь позволяет выработать прогнозы конъюнктуры в том или ином сегменте сервисной деятельности.

Логистика сервисного отклика - самостоятельное прикладное направление, которое родилось из науки логистики, которая сводилась к управлению и оптимизации материальных потоков и связанных с ними информационных и финансовых потоков в той или иной системе.

Модернизация общества - системные реформы, направленные на преобразование экономики, общественных отношений, а также системы социализации и образование молодежи.

Муниципальное хозяйство - совокупность предприятий и учреждений, осуществляющих на данной территории хозяйственную деятельность, направленную на удовлетворение коллективных потребностей его населения.

Муниципальные предприятия сферы услуг - предприятия реализующие населению товары, услуги как первой необходимости, так и долгосрочные.

Гарантийное обслуживание - бесплатное обслуживание, которое осуществляется на основе документального поручительства фирмы-производителя товара на выполнение ею в гарантийный срок обязательств по обслуживанию покупателей, приобретших этот товар.

Жалобы на неудовлетворительное обслуживание - устное или письменное выражение потребителем недовольства, претензий по поводу обслуживания в сервисной организации.

Контактная зона - в ходе обслуживания производитель, обслуживающий конкретного потребителя, и сам производитель взаимодействуют в рамках определенной зоны, которая в разных видах сервиса и на разных предприятиях неодинаково организована, имеет разные масштабы, действует в различной обстановке.

Постпродажный вид обслуживания - особый этап обслуживания, который первоначально стал развиваться в процессе продажи техники и товаров длительного пользования, он генерировался сервисными филиалами производителя.

Предпродажное - демонстрация изделия или элементов сервисного продукта потенциальному потребителю, сообщение информации об их качествах, условиях их приобретения и дальнейших видах обслуживания.

Форма обслуживания - определенный способ предоставления услуг, состоящий из набора конкретных сервисных операций и благ для потребителя:

- абонементное обслуживание;
- бесконтактное обслуживание;
- обслуживание на дому;
- прием заказов по месту работы;
- самообслуживание;
- выездное обслуживание;
- комбинированная (комплексная) форма обслуживания.

Формы организационные и имущественные в культурном обслуживании:

- бюджетные предприятия, учреждения (библиотеки, музеи, клубы, театрально-зрелищные предприятия);
- унитарные государственные и муниципальные предприятия;
- организации общественных и профессиональных структур их организационно-экономическая деятельность тяготеет к бюджетному типу, но включает в себя и полукommerческие сегменты;
- коммерческие организации, работающие самостоятельно или в составе других объединений, компаний, холдингов;
- бюджетные организации;
- бюджетные учреждения, имеющие собственные доходы;
- организации культуры, работающие в соответствии с задачами, поставленными общественными, религиозными и другими объединениями, фондами;

-организационные структуры, работающие в сфере культуры, работающие непосредственно на рынок и получающие доходы исключительно от реализации созданных или культурных благ и услуг.

Этика - этические основы сервисной деятельности, которые формируются из тех мировоззренческих представлений, нравственных ценностей, которые определяют профессиональное поведение работников сервиса и регулируют их отношения с потребителями.

Этические компоненты - этика обслуживания связанная с художественными аспектами услуги, с внешними формами окружающих предметов, которые оцениваются как красивые, гармоничные.

Потребности:

-индивидуальные – потребности, отображающие личностные, т.е. неповторимые по сочетанию и вариантности комбинации потребительских запросов, свойственных конкретным людям, значительную часть которых индивид реализует самостоятельно или через обращение к сфере услуг;

-общественные - потребности свойственны большим группам людей, населению страны в целом, требующие особых условий своего удовлетворения;

-первичные - потребность, необходимостью воспроизводить биоприродное начало человека;

-вторичные - важностью развития социальных и духовных - культурных качеств человека, которые связаны со стремлением людей воспроизводить себя как субъектов социальных отношений и граждан, желающих познать окружающий мир, развивать свою духовную сущность, развлекаться.

Предпринимательство российское в сфере услуг:

1) в разных городах:

а) города, в которых в последние годы советского периода существовали и были незамедлительно использованы предпосылки эффективного освоения возможностей и преимуществ, предоставленных реформами;

б) города, позитивно выделившиеся в период реформ в связи с новыми географическими, ресурсными и иными факторами инвестиционной привлекательности;

в) города, отличающиеся вялотекущими позитивными изменениями или медленно стагнирующие;

г) города и поселки городского типа с четкими признаками общей депрессии.

2) в регионах:

а) в центральном, северо-западном, уральском, северокавказском, калининградской области и северном районе;

3) в сельских районах:

а) продаже по предварительным заказам современных орудий труда;

б) расширение возможностей банковского сельскохозяйственных производителей и жителей села;

в) участие производителей сельскохозяйственного сырья в биржевой торговле и на акционерных продажах;

г) использование новых видов связи;

д) более широком ассортименте товаров, как повседневного спроса, так и длительного пользования в местных магазинах, на сельских ярмарках.

3) льготное:

а) ассоциации предпринимателей малого бизнеса;

б) бизнес-инкубаторы;

в) техно-парки и бизнес-парки;

г) предпринимательские сети на основе системы франчайзинга.

Предприятия сервисные

1) взаимодействие с потребителем:

-запросы и желания потребителей не совпадают, а во многом расходятся с целями производственного процесса;

-в контактах с клиентами на первое место по значимости всегда выдвигаться должен вопрос качества обслуживания;

-потребности клиентов обычно опережают профессиональные представления об эффективности процесса обслуживания;

-определение и измерение качества услуги объективно затруднено- в случае повторяющейся жалобы следует признать правоту потребителей;

-в контактной зоне должны трудиться только те работники, которые владеют навыками общения с потребителями.

2) **в составе муниципального хозяйства в РФ** - совокупность предприятий и учреждений, осуществляющих на данной территории хозяйственную деятельность, направленную на удовлетворение коллективных потребностей его населения;

3) **крупное предприятие** – встречаются в банковском бизнесе, информационно-компьютерном, туристском деле, в бизнесе гостеприимства, общественного питания;

4) **малые и сверхмалые:**

-преодоление государственной или иной монополии производства и результаты труда производителей;

-обеспечение свободной конкуренции;

-обеспечение свободного доступа потребителей на рынок;

-беспрепятственное распространение исчерпывающей информации и доведение ее до предпринимателей;

-не требуют больших капиталовложений;

-способны более динамично развиваться;

-выступают важнейшим источником новых рабочих мест позволяют работнику развернуть сразу многие свои способности;

-им недопустимо освоение сервисных продуктов, связанных с высокими постоянными издержками;

-им доступны не любые цены, а лишь на рынке определенного типа и масштаба;

-их работникам труднее организовываться и отстаивать свои интересы корпоративно-экономической среды.

5) маркетинг предприятия сервисного дает возможность:

- выработать долгосрочные и оперативные стратегии его развития;
- сделать обоснованный выбор рынка;
- установить целевые группы потребителей;
- выработать комплекс технологических приемов производства и распространение сервисного продукта;
- определять узкие места и общий эффект продвижения услуги, товара.

6) менеджмента научный анализ связывался с пониманием природы и сущности предприятия, а также с оценкой его эффективности в рыночных условиях;

7) менеджмент общий - выработка целостной политики развития предприятия и тесно переплетается со стратегическим управлением;

8) менеджмент производственный - «учебный процесс», а также особые термины применяются по отношению к лечению людей в больнице, к посещению зрителями театра, к процессам обслуживания клиентов работниками нотариальной конторы;

9) многомерная динамическая модель эффективности работы - широкое понимание эффективности сервисного предприятия позволяет говорить, что эта проблема приобретает многомерную динамическую модель:

а) производительность-степень минимизации ресурсов при достижении эффективности - это сближение с экономическим подходом эффективности;

б) эффективность - степень, в которой процессы обслуживания удовлетворяют ожидания и нужды потребителей;

в) адаптивность-гибкость процессов обслуживания с целью приспособления их к будущему.

10) нормативы расходования материалов, сырья продуктов - норма расхода материалов и сырья означает максимально допустимое их количество, на производство единицы продукции установленного качества в конкретных организационно-технических условиях производства;

11) общие характеристики организационной структуры - позволяет рационально разделить и специализировать труд персонала по функциональным и содержательным задачам:

- а) формулирует важнейшие каналы отношений и связи внутри коллектива;
- б) определяет задачи и обязанности каждого работника;
- в) определяет взаимоотношения между ними, а также их профессиональные роли.

12) основные типы организационной структуры:

а) линейный тип:

-высший уровень руководства;

-вспомогательные подразделения - группа приема заказов;

-основного подразделения, оказывающего услуги;

б) функциональный тип;

в) линейно-функциональный тип.

13) **реклама предприятия сервисного** - задача рекламы далеко не всегда сводится к нацеливанию потребителя на покупку. Эффективность рекламы сводится к тому, чтобы следить за расходами на ее проведение;

14) **среднее:**

- а) не требуют больших капиталовложений;
- б) способны более динамично развиваться;
- в) выступают важнейшим источником новых рабочих мест;
- г) помогает развернуть свою инициативу огромному числу людей;
- д) позволяет работнику развернуть сразу многие свои способности.

15) **управление общего особенности:**

а) обеспечение оптимальной рентабельности при имеющемся наборе видов деятельности;

б) разработка новых направлений развития, новых видов деятельности фирмы;

в) обеспечение экономической устойчивости положения фирмы и всесторонней безопасности ее работы;

16) **управление запасами** - эффективное управление производственными запасами зависит от рациональной организации системы материально-технического обеспечения, сохранение и движение материальных запасов, а также учета и выдачи материалов и сырья;

17) **эффективность работы** сервисного предприятия подразумевается отношение результатов его деятельности к затратам, направленным на их качественное достижение;

18) **технопарк** - это совокупность научно-технических малых фирм, объединенных в единую организационную систему и занимающихся инновационным бизнесом;

19) **самообслуживание** - в значительной степени восполняет те звенья жизнеобеспечения людей, которые не в состоянии обеспечить сфера услуг, социальная работа в производственных коллективах, социальная политика властей.

Сервис:

1) **геоландшафтные факторы развития** - человек в историческом развитии освоил различные ландшафтно-климатические зоны - северные территории (тундру, прибрежные территории Северного Ледовитого океана), средние широты, а также пустыни, полупустыни, экваториальную область и др.;

2) **государственно-правовые механизмы развития** - механизмы государственно-правового регулирования нередко действовали выборочно, защищая интересы аристократических или богатых слоев населения за счет низших и бедных. Государство в современных условиях выполняет немало сервисных функций, хотя его деятельность в этом направлении носит такие названия, как обеспечение военной безопасности, поддержание общественного порядка, борьба с преступной средой, осуществление социальной или культурной политики;

3) **демографический фактор развития** - связаны с численным составом и рядом воспроизводственных характеристик населения той или иной страны;

4) **жесткий и мягкий** - наряду с жестким сервисом (выполнение нормативов, нацеленных на выполнение услуги) начинает действовать мягкий сервис (выполнение дополнительных операций в услуге, которые отвечают индивидуальным запросам потребителя);

5) **индустрия** - производство сервисного продукта в развитых странах или наличие в них индустрии сервиса;

6) прямой сервис дополняется косвенным сервисом (не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших отношений с потребителем);

7) **размещение на территории** – на характер и содержание сервисной деятельности влияет не только климат и ландшафт, но и плотность, структура размещения людей на территории.

Сервисная деятельность:

1) как процесс сервисная деятельность, как и любая другая разновидность человеческой активности, происходит во времени, имеет длительность, выступая, таким образом, разветвляющимися процессами с ярко выраженными адаптационными, т.е. приспособительными, функциями.

2) критерии эффективности:

а) совершенствуются типы управления, умножаются разновидности управления сервисными предприятиями;

б) совершенствуются управленческие операции внутри сервисного предприятия - имеет место прогнозирование конъюнктуры;

в) имеет место обращение к широкому набору финансовых инструментов;

г) совершенствуются разного рода технологии: управленческие, организационные, технологии обслуживания потребителей и т.д.;

д) углубляется вся философия сервиса.

2) **под культурой сервиса понимается** система эталонных трудовых норм, высоких духовных ценностей и этики поведения, принципы которой согласуются как с национальными традициями страны, так и с современными требованиями мировых стандартов обслуживания потребителей;

3) **научный анализ** - анализ исторической эволюции услуг в обществах разного типа позволяет сформулировать научное понимание сервисной деятельности, которая свойственна современному миру;

4) **субъект** - специализированная структура обслуживания, генерирующая сервисную деятельность;

5) **сервисные продукты** - продукты, создаваемые субъектами сервисной деятельности, которые взаимодействуют и дополняют активность друг друга;

6) **позиционирование** - направление, сосредотачивающее внимание маркетологов и представителей рекламы на сознании массового и конкретного потребителя;

7) **сфера услуг** - пространство реализации сервисной деятельности;

8) **в качестве третичного сектора экономики** - работники взаимодействуют с людьми и производственными коллективами, ориентируясь на удовлетворение их специфических потребностей, как не связанных напрямую с производством, так и связанных с ними;

9) **в качестве четвертичного и пятеричного секторов экономики** - научно-исследовательские, информационные, телекоммуникативные услуги, а также услуги, связанные с высокоинтеллектуальным творческим трудом;

10) **место в структуре хозяйствования** - определить место сферы сервиса в общехозяйственном механизме той или иной страны позволяет подход, который ныне используется в государственном статистическом учете, основанном на системе национальных счетов;

11) **экономические механизмы функционирования** – сферы услуг приобретает весьма многообразный и в целом динамичный характер.

Услуга, услуги

1) безопасности аспекта:

-эксплуатационно-техническую;

-экологическую;

-информационную;

-правовую;

-финансовую;

-имущественную;

-психологическую;

-связанную со здоровьем людей.

2) **В развитых странах:**

-осуществляющих модернизацию, традиционная сфера услуг не только расширялась и модифицировалась;

-если говорить о структурно-организационных качествах бизнеса и предпринимательства в сфере услуг, то можно отметить, что в развивающихся странах наибольшую их часть составляют мелкие предприниматели, которые как правило, принимают личное участие в процессе производства;

-тенденция формирования потребительского спроса современного типа особенно характерна для развивающихся государств, расположенных на перекрестке мировых транспортных и торговых коммуникаций, втянутых в международное разделение труда на базе экспорта топливно-минерального сырья, международного туризма.

3) **Внесемейные:**

а) в Древней Индии буддийские монастыри брали на определенное время светских учеников;

б) у древних греков и римлян также существовали преподаватели, обучающие ораторскому искусству, философии, основам актерского мастерства;

в) все перечисленные примеры свидетельствуют о том, что в рассматриваемый исторический период внесемейные услуги становятся важной частью хозяйствования и социальной практики.

4) **Древнего мира:**

а) освоение новых видов деятельности;

б) создан гончарный круг;

в) освоил выплавку металлов;

г) разработана письменность;

д) переход от кочевого образа жизни к оседлому.

5) **Жизненный цикл и его фазы:**

а) жизненный цикл услуги означает временный период, который включает в себя этап первоначального обоснования идеи о новшестве, затем ее разработку, внедрение и производство самого сервисного продукта или услуги вплоть до того момента, когда продукт перестает пользоваться спросом и исчезает;

-5 фаз:

а) на первой фазе происходит создание, разработка и планирование производства сервисного продукта или услуги;

б) вторая фаза связана с внедрением услуги на рынке;

в) на третьей фазе растут объемы реализации услуги, что позволяет преодолеть точку безубыточности и перейти к постоянному повышению доходов и к получению наибольшей прибыли;

г) четвертая фаза продаж насыщает рынок данной услугой или продуктами, что снижает предельные объемы продаж и уменьшает прибыль;

д) на пятой фазе идет сокращение реализации услуг и падение прибыли.

б) **Импортеры услуг** - развитые страны одинаково активно участвуют как в экспорте, так и в импорте услуг, то развивающиеся и отсталые страны в основном принимают у себя зарубежные сервисные фирмы;

7) **Под качеством услуги, сервисного продукта** понимается комплекс их 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 мировыми стандартами;

8) **классификация** - разработка критериев классификации нацеливается на определение и отбор важнейших типологических признаков услуг и сервисной деятельности, которые могут помочь в деле их разбиения на составные единицы(направления, группы, разновидности);

9) **лицензирование** - процедура выдачи лицензий юридическим лицам или индивидуальному предпринимателю на право осуществления конкретного вида деятельности при обязательном выполнении определенных требований и условий;

10) **международный обмен услугами** приобретает свои особенности. он тесно взаимодействует с рынком товаров или даже выступает его частью, что влечет за собой противоречивое, не всегда сбалансированное влияние этих рынков друг на друга.

а) соглашение о сотрудничестве;

б) соглашение о франчайзинге;

в) управленческие контракты;

г) контракты о маркетинге;

д) совместные предприятия и консорциумы.

11) **Потребители сервиса** - полезные усилия производителей(покупатели, клиенты, заказчики, посетители, пользователи).работники предприятий и фирм, производя услуги, предоставляют потребителям определенные блага, пользу, удобства;

12) **производители услуг** - труд и полезные усилия субъектов сервисной деятельности, совершаемые по отношению к тем, кому они нужны, делают их производителями;

13) **Свойства потребительские** - совокупность показателей, которые являются для потребителя наиболее значимыми:

а) количественные характеристики оборудования, инструментов, разного рода материалов и средств, с помощью которых осуществляется услуга;

б) особенности протекания технологического цикла выполнения услуги и физико-технических характеристик;

в) информационное обеспечение потребителя относительно важнейших особенностей услуги, ее результатов;

г) период времени обслуживания потребителя с его участием или срок, в течение которого услуга выполняется без его участия;

д) длительность и надежность использования результатов сервисной деятельности;

ж) характеристики, связанные с санитарией, гигиеной, порядком в помещении, где выполняется услуга или процесс обслуживания;

з) экологические характеристики услуги, процесса обслуживания;

и) характеристики, связанные с безопасностью потребителя и обслуживающего персонала.

14) **этические качества обслуживания** - комфортность обстановки обслуживания, внешнее оформление товара, дизайн интерьера;

15) **Свойства производственные** - те свойства, которые создаются в процессе производства и имеют ярко выраженные физико-технические свойства;

16) **Сертификация** - процедура, посредством которой третья сторона дает письменную гарантию, что продукция, процесс или услуга соответствуют заданным требованиям;

17) **Стандартизация** - нормативное условие обеспечения качества, безопасности и конкурентоспособности услуг;

18) **Управление качеством** конкретные методы и виды деятельности оперативного и долгосрочного характера, используемые для выполнения требований к качеству;

19) **Экспортеры услуг** - постиндустриальные, индустриальные и новые индустриальные страны, которым есть что предлагать в этой области.

Услуги и сервис в России

1) **Артельный труд в сфере услуг** - русские мастеровые люди, крестьяне-отходники и ремесленники выработали такую форму объединения, как артель; артельный труд был распространен в самых разных сферах хозяйственной практике: на постройке железной дороги, среди промысловиков, а также в сфере бытовых услуг, в городском извозе и др.;

2) Библиотечные услуги:

а) активно осваивают принципы работы книгохранилищ в условиях информационной культуры;

б) освоение технологической работы;

в) сборка, обработка, хранение, распространения и поиска информации, а также новых видов обслуживания посетителей;

г) библиотека переходит на обслуживание заказов читателей посредством так называемой системы электронной циркуляции;

д) читатели снабжены пластиковыми билетами с бар-кодом и фотографией владельца.

3) В переходный период:

а) к середине 80-х годов необходимость осуществления в стране нового этапа модернизации становилась неотвратимой;

б) реформы, предпринятые в СССР в середине 80-х годов, а после распада союза и в суверенной России, приобрели характер модернизации;

в) преобразования второй половины 80-х годов позволили перевести ряд организаций сферы бытовых услуг, культурные и спортивные учреждения на полный хозрасчет и самофинансирование в рамках системы государственного предпринимательства;

г) преобразование в бюджетных учреждениях услуг социокультурного комплекса шло крайне сложно, так как развитие платных услуг сразу стало сопровождаться ростом цен на услуги без повышения их качества и умножения номенклатуры, развитием непрофильных видов коммерческой деятельности.

4) В рамках советской модели хозяйствования:

а) практика продвижения технических и иных новшеств в разные сферы и отрасли хозяйства;

б) в стране действовала достаточно эффективная для своего времени система общего образования и подготовки современных кадров для разных сфер деятельности;

в) на территории сложилась единая социокультурная инфраструктура, включая сеть информационных, научных и образовательных центров;

г) действующая система обслуживания была негибкой, она предоставляла крайне усредненный набор услуг, с трудом удовлетворяющий и половину реальных потребностей населения.

5) Значение государственно-правовых механизмов:

а) сложно шло создание административно-правовых механизмов с целью развития таких областей социокультурных услуг, как образование и воспитание молодежи;

б) российское правительство приложило немало усилий к тому, чтобы в стране заработали механизмы, формирующие единое хозяйственное и финансовое правительство;

в) с самого начала в России параллельно с государственными учебными заведениями создавались частные, корпоративные и муниципальные формы обучения.

б) **Мультимедийные интернет-услуги** - новое условие жизнедеятельности общества, приобретающие для потребителей комплексный характер (информационные, коммуникационные, художественно-эстетические и т.п. услуги);

7) **Народные ремесла и промыслы** - направления хозяйственно-вспомогательной деятельности народов дореволюционной России, связанные с ремеслами и бытовым обслуживанием крестьян, жителей разных территорий;

8) **Социокультурные услуги** - представители видов организаторского труда развивают сервисную деятельность в сфере художественно-эстетической активности, свободного времяпрепровождения, воспитания молодежи;

9) **Типы, разновидности, группы:**

а) в сфере экономических отношений (ремесленное производство, торговля, денежное обращение);

б) в области государственно-правовых отношений;

в) в сфере духовных и художественно-эстетических запросов;

г) в быту и в удовлетворение личных потребностей.

10) **Торговые:**

а) ремесленные занятия;

б) ярмарки;

в) офени, коробейники;

г) оптовая и розничная торговля.

Этика сервиса, профессионально служебная - совокупность требований и норм нравственности по отношению к работникам сервисных фирм, которые в обязательном порядке должны быть реализованы в процессе выполнения ими своих служебных обязанностей.

1) **Основные нормы:**

а) внимательность, вежливость;

б) выдержка, терпение, умение владеть собой;

в) хорошие манеры и культура речи;

г) способность избегать конфликтных ситуаций.

2) **Этикет служебный** - совокупность фиксированных норм, безальтернативных правил поведения, обусловленных служебным положением сотрудника фирмы, которым обязан следовать привычно, почти автоматически.

Контрольные задания

1 Проследите роль семьи и рыночных отношений в удовлетворении потребностей городского населения в государствах древнего мира и средних веков.

2 Дайте характеристику важнейшим признакам сервиса индустриального общества.

3 Раскройте важнейшие отличительные черты сферы услуг советского периода. Сравните их с характеристиками, присущими сервису западноевропейских стран того же периода.

4 Опишите основные этапы реформирования советской сферы услуг и укажите особенности этого процесса в настоящее время.

5 Охарактеризуйте сущность теоретического понимания сервисной деятельности в «потребительском» и постиндустриальном обществе.

6 Раскройте место современной сферы сервиса в структуре национальной экономики.

7 Укажите отличия труда в сфере сервиса от промышленного труда.

8 Охарактеризуйте связь между развитием сервисной деятельности и экономической конъюнктурой конкретной страны.

9 Исполнительный кастелян отеля неоднократно жалуется Вам на свою подчинённую – кастеляншу, давно работающую в отеле. Являясь менеджером по человеческим ресурсам, Вы обязаны провести работу с кастеляншей, которая игнорирует своего босса. Кастелянша утверждает, что она не любит этого человека, и даже после разговора с Вами она отказывается с ним сотрудничать. Недавно кастеляншу попросили представить ваучер по её ланчам. В отчётах, которые пришли из кафетерия для сотрудников сказано, что она и здесь не хочет сотрудничать. Как Вы поступите в данной ситуации?

10 У менеджера по продажам крупного конференц-центра сложилась следующая ситуация. Поступил запрос о проведении выставки, которая могла бы принести не только большой доход, но и стать ежегодной, и которую в связи с этим с удовольствием заполучили бы конкуренты. Как правило, подготовка выставки занимает 1-2 дня, продолжается выставка 3-4 дня, и один день экспонаты разбираются.

Менеджер, проверив наличие площадей на необходимые дни, обнаружил, что часть пространства, необходимого для выставки, в те же дни занимает другая выставка.

Какие действия должен предпринять менеджер, чтобы провести первую выставку, не причиняя неудобств организаторам второй выставки?

11 На территории отеля необходимо обустроить дорожку для прогулок гостей и занятий оздоровительным бегом. Какие основные компоненты, на Ваш взгляд, следует иметь в виду при разработке дорожки?

12 В связи с большим числом посетителей, в национальных парках появилась проблема загрязнения окружающей среды и нарушения естественных условий существования обитателей парков. Какие меры необходимо предпринять руководству данных территорий для сохранения природного и рекреационного потенциалов парков?

13 Предположим, что Вы менеджер бара и в круг Ваших обязанностей входит подбор персонала. Вы приняли на должность бармена в одной из смен своего хорошего знакомого, который имеет опыт данной деятельности. Через некоторое время Вы заметили, что в его смены выручка сократилась. Какие у Вас имеются возможности проверить Вашего знакомого на честность? Как Вы поступите, если выясните, что этот человек крадёт?

14 Вы – генеральный менеджер одного из лучших ресторанов в городе. Соответственно, в ресторане всегда много посетителей и кухня перегружена. В 6.15 Вы узнали, что 2 повара вечерней смены, которые отвечают за главные участки, простудились и не могут выйти на работу. А в 7.30, как выяснилось, должна состояться вечеринка на 50 человек. Итак, из 6 поваров у Вас нет 2 основных и через 45 минут начнётся вечеринка на 50 человек. Какой выход из ситуации Вы можете предложить? Как можно получить дополнительных поваров?

15 Работая в учебной группе, оцените деятельность какого-нибудь ресторана и составьте список его слабых мест. По каждой слабой позиции предложите свои меры по исправлению положения в лучшую сторону.

16 Разработайте ресторанный концепцию и обсудите основные составляющие этой концепции.

17 Вы – сотрудник крупной гостиничной корпорации. Какая информация Вам потребуется для рассмотрения условий разработки заведения категории «3 бриллианта» по классификации AAA в соседнем городе?

18 Гостиничная корпорация для определения удовлетворённости посетителей услугами заведений, принадлежащих корпорации, ежемесячно проводит собственный опрос. Посетителям рассылаются 300 опросных листов содержащих по 65 вопросов. Возвращаются, как правило, около 70 листов. Результаты оформляются следующим образом: зелёным цветом указываются лучшие заведения, голубым – хорошие, жёлтым – нормальные и красным – худшие. По результатам последнего опроса ресторан Sea Grill (Морской гриль) попал в красную зону. Проведя исследование, директор отдела еды и напитков понял, что даже само название ресторана не соответствует его настоящему типу. Некоторые гости комментировали ситуацию так: «Довольно странно есть завтрак в месте, где торгуют рыбными продуктами». Какие меры, на Ваш взгляд, необходимо предпринять для удаления ресторана Sea Grill из красной зоны?

19 Вы – директор кастильянской службы (административно-хозяйственная часть: уборка помещений и прочее) отеля. Утром на совещании с сотрудниками службы Вы узнали, что 3 горничных не могут выйти на работу по болезни. Отель рассчитан на 400 номеров и ожидается большое количество гостей. Какие действия Вы предпримите чтобы поддержать высокие стандарты обслуживания в отеле и гарантировать качественную уборку номеров?

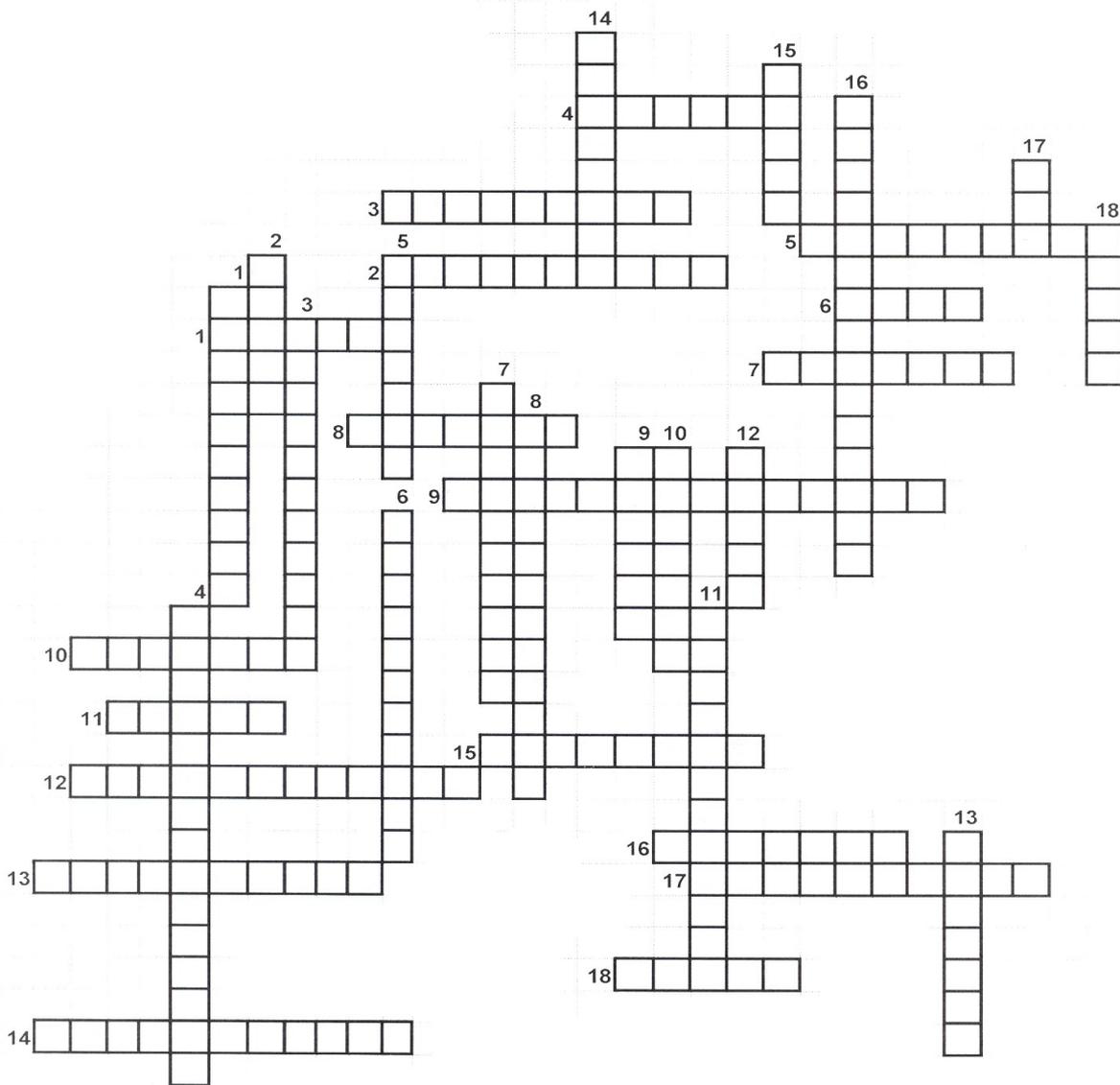


Рисунок 1 - Кроссворд

По горизонтали:

1 Временные выезды людей с постоянного места жительства в вакационных, оздоровительных, познавательных или профессионально-деловых без занятия оплачиваемой деятельностью целях в месте временного пребывания.

2 Вид туризма, заключающийся в прибытии на спортивное соревнование.

3 Путешествие без постоянного проживания в туристическом центре не имеющее цель получения дополнительного дохода.

4 Человек, который путешествует.

5 Одна из важных составляющих продвижения турпродукта.

6 Деловой, этнический, паломнический, рекреационный - это всё ... туризма.

7 Выдается туристической фирмой клиенту для выезда последнего на место отдыха.

8 В основе этого вида туризма лежит выполнение служебных и профессиональных задач.

9 Социально-гуманистическая функция туризма, формирующая чувство коллективизма, нравственности и эстетических качеств.

10 В основе этого вида туризма лежит получение знаний.

11 Фамилия профессора Бенского университета, который дал наиболее точное определение туризма.

12 В основе этого вида туризма лежит желание увидеть и познать что-то необычное, что не присуще повседневной жизни.

13 Социально-гуманистическая функция туризма, формирующая базу общей физической подготовки, специальной подготовки по туристической технике, достижение максимальных результатов в туризме.

14 Туризм снижает этот уровень экономики, являясь работодателем каждого 10 из всех работающих мира.

15 Юридическая основа туристической фирмы.

16 Вид наземного общественного транспорта, использующийся туризмом.

17 Вид наземного транспорта, использующийся туризмом.

18 Вид наземного общественного транспорта на рельсах, использующийся туризмом.

По вертикали:

1 В основе этого вида туризма лежит посещение мест своего рождения своих родителей, давних родственников и т.д.

2 Путешествие на корабле.

3 Древняя ветвь туризма, заключающаяся в посещение главных мест своей веры.

4 Социально-гуманистическая функция туризма, закрепляющая получение знаний по краеведению, природоведению, топографии, истории, знакомству с культурой и традициями стран и народов мира.

5 Вид воздушного транспорта, использующийся туризмом.

6 Вид туризма, критерием деления которого является мотивация.

7 Вид наземного транспорта, использующийся туризмом.

- 8 Сфера, в которой находится туризм (по-другому сфера услуг).
- 9 Одна из составляющих содержания продвижения турпродукта.
- 10 Перечень городов или населенных пунктов посещения туристами во время своего путешествия по стране.
- 11 Изначальная функция турфирмы, которая должна обеспечить создание привлекательного и конкурентоспособного турпродукта.
- 12 Один из составляющих содержания продвижения турпродукта, основанный на климатических условиях посещения страны.
- 13 Одна из сфер туризма наряду с путешествием, проживанием, отдыхом и досугом.
- 14 Вид туризма, при котором путевка даётся в подарок.
- 15 Одна из сфер туризма наряду с путешествием, проживанием, питанием и досугом.
- 16 Социально-гуманистическая функция туризма, заключающаяся в соблюдении оптимального режима нагрузок, использовании благотворительного воздействия природных факторов на состояние организма.
- 17 Вид туризма, при котором посещаются места с оздоровительной целью.
- 18 Перевод с английского языка корень «tour», от слова «tourism», обозначающий туризм.

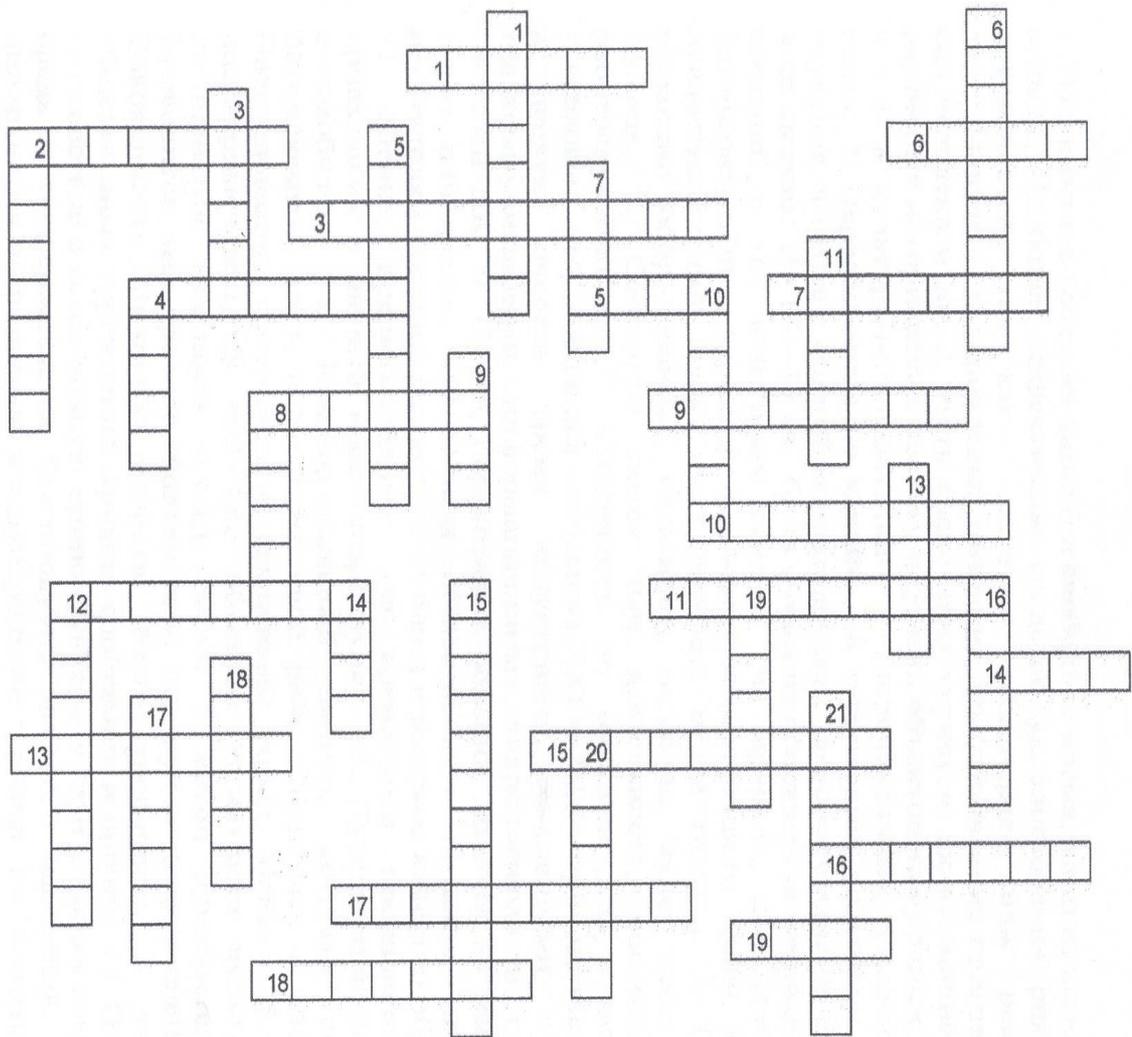


Рисунок 2- Кроссворд

По горизонтали:

1 Путешествие (поездка поход) в свободное время, один из видов активного отдыха Наиболее эффективное средство удовлетворения рекреационных потребностей, так как сочетает различные виды рекреационной деятельности - оздоровление, познание, восстановление производительных сил человека и др.

2 Путь следования туристов, включающий посещение различных исторических мест, культурных объектов, природных ландшафтов и т.п. в культурно-познавательных, оздоровительных, спортивных и др. целях.

3 Передвижение по какой-либо территории, акватории с целью их изучения, а также с общеобразовательными, познавательными, спортивными и др. целями. До 18-19 вв. было одним из основных источников получения сведений о тех или иных странах (их природе, населении, истории, хозяйстве), общем характере и очертании поверхности Земли.

4 Документ, предоставляющий право на посещение места отдыха.

5 Обозначение роскошно оборудованных магазинов, гостиниц, купе, кают, некоторых товаров.

6 Состояние покоя или деятельность, восстанавливающие работоспособность.

7 Специалист по будущему, футурист, который утверждает, что глобальная экономика XXI в. будет приводиться в действие в первую очередь тремя индустриями, связанными с услугами: телекоммуникациями, информационными технологиями и туризмом.

8 Игорный дом.

9 Судно, перевозящее большое количество пассажиров по морю или рекам.

10 Объект общественного питания, предлагающий посетителям большое разнообразие блюд и высокое качество обслуживания.

11 Здание, предназначенное для временного проживания граждан, приехавших в данный населенный пункт.

12 Путешествие на попутных автомобилях.

13 Комфортабельный лайнер, который считался не потопляемым, но в первый же свой рейс столкнулся с айсбергом.

14 Паломничество мусульман в священный город Мекка.

15 Посещение достопримечательных чем-либо объектов (памятники культуры, музеи, предприятия, местность и т.д.), форма и метод приобретения знаний. Проводится, как правило, коллективно под руководством специалиста.

16 Совокупность бытовых удобств: благоустроенность и уют жилищ, общественных учреждений, средств сообщения и прочих.

17 Ответственное путешествие в естественную природную среду, при котором сохраняется эта среда и поддерживается благополучие местного населения.

18 Страна, лидирующая по развитию международного туризма.

19 Знаменитые братья изобретатели, подарившие любителям путешествий новое транспортное средство.

По вертикали:

1 В каком городе расположена штаб-квартира Всемирного совета по туризму?

2 Мореплаватель, который совершил первое в мире кругосветное путешествие.

3 Лицо, которое временно и добровольно переменяло место жительства с любой целью, кроме деятельности, вознаграждаемой в месте временного проживания.

4 Пеший туризм.

5 Зрелищный, эффектный номер циркового представления, привлекающий особое внимание зрителей.

6 Участок территории, на котором размещена коллекция древесных растений (деревьев, кустарников, лиан), культивируемых в открытом грунте. Может быть самостоятельным или входить в состав ботанического сада. В нем демонстрируется богатство и разнообразие древесных растений различных стран мира.

7 Интернациональное название гостиницы. Первоначально только городской особняк дворцового типа во французской архитектуре.

8 Местность, обладающая природными лечебными средствами (минеральные воды, лечебные грязи, благоприятный климат, морские купания и др.) и необходимыми условиями для их применения с лечебно-профилактическими целями.

9 Изобретатель конвейера, который способствовал быстрому производству автомобильного транспорта.

10 Подарок на память; вещь, связанная с воспоминаниями о ком-либо или о чём-либо.

11 Он разработал теорию мотивации, согласно которой человеческие потребности можно свести в определенную иерархию (он выделяет пять типов человеческих потребностей).

12 Вид спорта, восхождения на труднодоступные горные вершины. В это понятие часто включают и высокогорный туризм.

13 Морское путешествие.

14 Полоса наносов на морском побережье в зоне действия прибойного потока. Различают галечный, гравийный, песчаный и ракушечный.

15 Человек, который предпочитает знакомые, проверенные маршруты (по Стэнли Плогу).

16 Самый высокий водопад в мире, который находится в верховьях р. Чурун на Гвианском плоскогорье в Венесуэле; его высота падения 1054 м.

17 Вид спорта с погружением на глубину.

18 Страна на Ближнем Востоке, занимающая северо-восточную часть Африки и Синайский полуостров в Азии, привлекающая туристов своим загадочным культурным наследием и знаменитая Суэцким каналом и Асуанской плотинной.

19 Охота на диких африканских животных в саваннах.

20 Летний лагерь для автотуристов с палатками или домиками легкого типа и местами для стоянки автомобилей (непосредственно у палаток или на общей площадке).

21 Они были первыми настоящими путешественниками в современном смысле этого слова. Целью их путешествий была торговля.

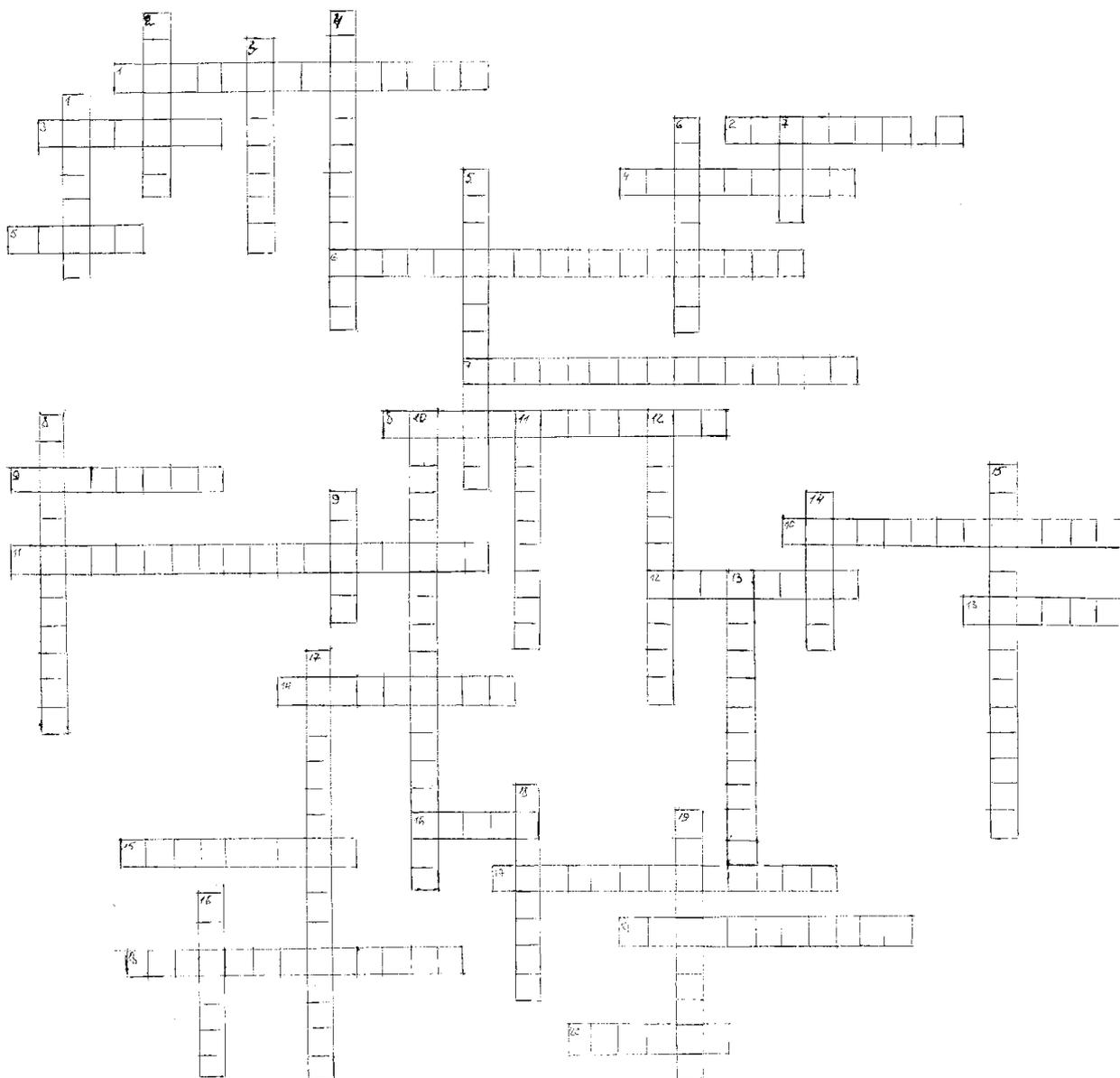


Рисунок 3 - Кроссворд

По горизонтали:

- 1 В каком типе организационной структуры каждое звено подчиняется предыдущему?
- 2 Какой показатель свидетельствует об эффективности работы предприятия?
- 3 В из предприятий сферы сервиса управление осуществляется администрацией в 3-7 лицах?
- 4 В каком веке зародилось направление социального управления менеджмент персонала?
- 5 Какое по величине предприятие будет лучше реагировать на изменение спроса?
- 6 Подход организации обслуживания, исходящий из того, что невозможно выработать раз и навсегда, наилучший подход к организации предприятия называется:
- 7 К какой группе персонала принадлежит гибкая рабочая сила?
- 8 На каких методах базируется разработка ценовой политики?
- 9 База, для какого вида цены складывается из сбалансированного действия разных сторон распространения сервисного продукта?
- 10 Как называется тип клиента, которого волнует лишь компенсация за причинённый ущерб?
- 11 Какое название получила цена, когда за один и тот же товар берётся неодинаковая плата в разное время?
- 12 Какой отдел предприятия развивает систему учета персонала?
- 13 Какая фирма во Франции первая проложила индивидуализированному маркетингу?
- 14 Что обычно вводит руководство фирмы для мотивации деятельности сотрудников?
- 15 Что является технологией сервисного бизнеса?
- 16 Это один из основных объектов рыночного анализа:
- 17 Какое название имеет всестороннее действие всех звеньев системы безопасности на предприятии?
- 18 Какая характеристика наиболее важна в работе сервисного предприятия?
- 19 Как называется уменьшение расходов предприятия?
- 20 ... материнства и детства является одним из важнейших социальных показателей.

По вертикали:

- 1 Главная конечная цель в бизнесе любой компании - это. . .
- 2 Какому предприятию присущи разделение на отделы и высокая степень разделения труда?
- 3 Тип организационной структуры, характерный для небольших предприятий сервиса называется:

- 4 Какой подход организации обслуживания акцентирует внимание на целях предприятия?
- 5 Что играет особую важность в процессе производственного управления на сервисном предприятии?
- 6 Какие методы применяет администрация, когда работник или клиент нарушают правила и нормы?
- 7 Сколько процентов потребителей доводят свои жалобы до высшего руководства?
- 8 Как называется гибкость процессов обслуживания с целью приспособления их к будущему?
- 9 Что играет большую роль при выборе продукта у американцев азиатского происхождения?
- 10 Без какого свойства характера работоспособная деятельность в сфере услуг затруднительна?
- 11 Кто является автором работы «Японская промышленная система»?
- 12 Какой характер обычно приобретают социальные методы?
- 13 Как называется группа персонала представители которой трудятся в стабильном режиме найма?
- 14 Сколько существует типов недовольных клиентов?
- 15 Маркетинг, который связан с систематическим анализом потребностей рынка, получил название:
- 16 В какой стране мира материальные ценности стоят на первом месте?
17. Отличие услуг фирмы от услуг конкурентов называется:
- 18 Какая группа персонала трудится на полной рабочей ставке?
- 19 Что является бесплатной и весьма конструктивной информацией, которая помогает повысить качество услуг?
- 20 Как называется использование только дозволенных методов обнаружения и пресечения правонарушений?

6 Контрольные вопросы для самопроверки

Контрольные вопросы по дисциплине
«Сервисная деятельность»

- 1 Один из наиболее древних правовых кодексов.
- 2 Важнейшие типы услуг в разных сферах жизнедеятельности
- 3 Назовите ряд особенностей древних сообществ, которые отличают их от сообществ доисторического времени.
- 4 Торговые и бытовые услуги в культурах древнего мира.
- 5 Услуги в Древнем Китае.
- 6 Услуги в Древней Индии.
- 7 Услуги у Древних Греков и Римлян.
- 8 В древнем мире значительный объем обслуживания осуществлялся в рамках семьи
- 9 Домашняя прислуга, наемная прислуга.
- 10 Первая в мире финансовая система.
- 11 Промышленная революция в странах Западной Европы в XVII в.
- 12 Зарождение услуг современного типа в странах Западной Европы.
- 13 «Общество изобилия» и «потребительское общество».
- 14 Качество нового индустриального общества.
- 15 Информационная революция.
- 16 Сервизация экономики.
- 17 Роль информационно-финансовых технологий и банковского капитала в странах Запада.
- 18 Модель «общества изобилия».
- 19 Индустриальные страны 80х годов.
- 20 Тенденции формирования потребительского спроса.
- 21 Развитие хозяйствования и услуг в России.
- 22 Хозяйственный практизм.
- 23 Научная и культурно-информационная деятельность XX века.
- 24 Зарубежные специалисты по личным услугам.
- 25 Народные ремесла и промыслы XIX века.
- 26 Оптовая и розничная торговля XVII-XIX веков.
- 27 Заведения розничной торговли в России начала XX века.
- 28 Использование населением свободного времени.
- 29 Анализ исторической эволюции услуг в обществах разного типа.
- 30 Специфика сервисологии.
- 31 Уровни и компоненты сервисной деятельности.
- 32 Концепции «общества всеобщего благоденствия», «общества изобилия», «общества изобилия».
- 33 Услуга как элемент производительного труда.
- 34 Теория социального взаимодействия и обмена.
- 35 Социология свободного времени и рекреации.

- 36 Эволюция теоретических представлений об организационных основах предприятий.
- 37 Деструктивные тенденции.
- 38 Индустриально-сервисная экономическая модель.
- 39 Структурирование сервисных услуг.
- 40 Разделение услуг по содержательным и функциональным критериям.
- 41 Направления сервисной деятельности.
- 42 Типы услуг в разных сферах применения.
- 43 Единицы членения услуг и сервисной деятельности по направлениям.
- 44 материальные и нематериальные услуги.
- 45 Классификация услуг по взаимосвязанным качествам.
- 46 Отрасли сферы услуг и репрезентирующие их организационные системы, учреждения.
- 47 Изменение роли сервисной деятельности в экономическом и общественном развитии.
- 48 Предпосылки, которые определяют опережающие темпы развития.
- 49 Экстернализация услуг.
- 50 Показатели результатов внутренней торговли.
- 51 Деловые услуги.
- 52 производственные услуги.
- 53 Объекты распродажных услуг.
- 54 Возрастание роли услуг.
- 55 Международные услуги как типовые формы сервиса.
- 56 Крупные центры туристического бизнеса.
- 57 Стратегические союзы разных компаний.
- 58 Разновидности межфирменного обмена.
- 59 Функции развития социально-правовых механизмов.
- 60 Особенности бизнеса в сфере потребительского спроса.
- 61 Набор узловых отношений.
- 62 Факторы при принятии решения о переходе к формам организации
- 63 Представление о регулярных циклах мировой конъюнктуры.
- 64 Характеристики деятельности сервисного производства.
- 65 Особенности процесса внедрения инноваций в сфере услуг.
- 66 Основные типы инноваций в сфере услуг.
- 67 Пять фаз жизненного цикла в процессе функционирования конкретных услуг.
- 68 Предпродажное обслуживание и его значение.
- 69 Характер услуг.
- 70 Обязательства производителей.
- 71 Требования к работнику сервиса.
- 72 Постпродажное обслуживание.
- 73 Формы обслуживания.
- 74 Перечень социально-экономических факторов, влияющих на развитие предпринимательской потенции.
- 75 Модель имущественных отношений.

- 76 Типы общественных потребностей, групповых интересов.
- 77 Развитие муниципального хозяйства.
- 78 Индивидуально-личностные и социально-корпоративные предпосылки развития сервисного бизнеса.
- 79 Характер труда в сервисной сфере.
- 80 Цели современного бизнеса.
- 81 Качества успешного предпринимателя.
- 82 Социальное управление.
- 83 Основные социальные показатели.
- 84 Принципы социального управления.
- 85 Методы социального управления.
- 86 Менеджмент персонала.
- 87 Деятельность подразделений по работе с кадрами.
- 88 Кадровые проблемы.
- 89 Группа постоянных клиентов.
- 90 Стратегический маркетинг.
- 91 Анализ рыночных возможностей предприятия.
- 92 Анализ потребительского поведения.
- 93 Мероприятия, проводимые для расширения известности фирмы.
- 94 Что влияет на потребительское поведение.
- 95 Исследование эффективности предприятия.
- 96 Показатели эффективности работы предприятия.
- 97 Критерии в деятельности сервисного предприятия.

7 Тесты

Тест 1

1. Назовите исследователей XIX начала XX вв., которые сформулировали идеи о неравнозначности происходящих изменений в хозяйственной практике.

- а) Маркс, Маршал, Митчелл
- б) Ленин, Маркс, Гетте
- в) Парето, Белинский, Жуков
- г) Нет верных ответов

2. Какой отечественный исследователь 20-30-х гг. 20-го в. Сформулировал представления о регулярных циклах мировой конъюнктуры?

- а) Ломоносов
- б) Менделеев
- в) Кондратьев
- г) Нет верных ответов

3. Что стало одним из важнейших факторов ухудшения сервисной деятельности в России в конце 90-х гг. XX в.?

- а) Несбалансированная оплата труда
- б) Плохой президент
- в) Падение объемов промышленного производства
- г) Нет верных ответов

4. Что вы понимаете под термином «Инновационные менеджеры»?

- а) Новые, образованные, квалифицированные сотрудники в сфере продаж
- б) Специалисты, занимающиеся внедрением инноваций в работу фирмы
- в) Менеджеры, прошедшие курс повышения квалификации
- г) Нет верных ответов

5. Какие фирмы на развитие сферы услуг в России весомое воздействие для улучшения конъюнктуры?

- а) Отечественные
- б) Транснациональные корпорации
- в) Иностранные
- г) Нет верных ответов

6. Где зародился сетевой маркетинг?

- а) США
- б) Европа
- в) Азия
- г) Нет верных ответов

7. Что подразумевается под термином «таймшер»?
- а) Морской отдых
 - б) Клубный отдых
 - в) Рекреационный отдых
 - г) Нет верных ответов
8. Какие финансовые технологии времен перестройки нанесли ощутимый урон экономике страны?
- а) «МММ»
 - б) «Хопер- Инвест»
 - в) «Пенсионный фонд»
 - г) Нет верных ответов
9. В каком году произошел финансовый кризис в России?
- а) 1966
 - б) 1986
 - в) 1998
 - г) Нет верных ответов
10. Какие формы торговли вышли на первое место по распространению и объему оказываемых услуг?
- а) Оптово-розничные рынки
 - б) Сельскохозяйственные рынки
 - в) Строительство
 - г) Нет верных ответов
11. Какой процент населения в конце 90-х г., был занят в сфере розничной торговли?
- а) 4%
 - б) 10%
 - в) 22%
 - г) Нет верных ответов
12. Что, как считают практики отечественного бизнеса, будет в дальнейшем бурно развиваться в Российской экономике?
- а) Сетевые структуры бизнеса
 - б) Монополии
 - в) Олигополии
 - г) Нет верных ответов
13. На что в новых условиях ориентирован отечественный бизнес в сфере сервиса?
- а) На внешнюю торговую политику
 - б) На клиентов
 - в) На крупные компании
 - г) Нет верных ответов

14. Что представляет собой гарантийное обслуживание?

- а) Платный ремонт
- б) Бесплатный ремонт
- в) Частично платный ремонт
- г) Нет верных ответов

15. Какое предприятие в период после перестройки осуществило кардинальное улучшение сферы обслуживания на своем рынке?

- а) РАО ЕЭС
- б) Сбербанк
- в) АО «Автоваз»
- г) Нет верных ответов

16. На что была ориентирована деятельность Сбербанка в Советский период?

- а) Выдача кредитов
- б) Ипотека
- в) Операции в коммунальном хозяйстве и накопление вкладов
- г) Не верных ответов

17. Юридическое лицо – это...

- а) Предприятие или фирма
- б) Человек
- в) Юрист
- г) Нет верных ответов

18. Что понимается под эстетическими качествами обслуживания?

- а) Комфортность обстановки обслуживания
- б) Ответственность и вежливость обслуживания
- в) Высокая санитария обслуживания
- г) Нет верных ответов

19. Кто является главным «экспертом» качества услуги?

- а) Производитель
- б) Потребитель
- в) Общество защиты прав потребителя
- г) Нет верных ответов

20. В каком году была создана Международная организация по унификации всемирных качеств услуг и товаров (ИСО)?

- а) 1955
- б) 1940
- в) 1985
- г) Нет верных ответов

21. Какие виды услуг контролировала вышедшая в 1994 г. Версия ИСО -1, -2, -3, -4?

- а) Туризм
- б) Ресторанный бизнес
- в) Программное обеспечение
- г) Нет верных ответов

22. Сколько стран входит в ИСО?

- а) Менее 40
- б) Более 90
- в) 159
- г) Нет верных ответов

23. Чем отличается Японский опыт обеспечения контроля качества на всех этапах производства?

- а) Высокой квалифицированностью работников
- б) Высокой компьютеризацией
- в) Сравнительно небольшими объемами производства
- г) Нет верных ответов

24. Как называется Российский Государственный стандарт качества?

- а) РГСК
- б) ГОСТ
- в) РОСТ
- г) Нет верных ответов

25. Как называется процедура, когда третья сторона дает письменную гарантию, что продукт соответствует заданным требованиям?

- а) Стандартизация
- б) Гарантийное письмо
- в) Сертификация
- г) Нет верных ответов

26. Что дает право предприятию на осуществление деятельности по производству?

- а) Взятка
- б) Лицензия
- в) Заключение суда
- г) Нет верных ответов

27. Какой из наиболее прибыльных теневых рынков преобладает в России и в мире на данный момент?

- а) Игрушки
- б) Одежда
- в) Лекарства
- г) Нет верных ответов

28. Как отражается отсутствие культуры сервиса на предприятии?

- а) Снижение доходов
- б) Снижение работоспособности сотрудников
- в) Снижение качества продукции
- г) Нет верных ответов

29. Какое отношение к потребителям преобладало на рынке услуг в Советский период?

- а) Вежливое обслуживание
- б) Уважительное
- в) Высококачественное
- г) Нет верных ответов

30. Профессионализм в работе формирует позитивный имидж фирмы в представлении клиентов, и сопровождается...

- а) Повышением рейтинга фирмы
- б) Снижением доходов
- в) Повышением доходов
- г) Нет верных ответов

Тест 2

1. Как воздействует на развитие услуг многообразие территориально-климатических зон в России?

- а) негативно с политической точки зрения
- б) негативно с экономической точки зрения
- в) благоприятно
- г) не воздействует

2. Особые трудности в России возникли:

- а) с прокладкой дорог и с их поддержанием
- б) с созданием водохранилищ
- в) с развитием транспорта
- г) все выше перечисленные

3. Недостатком ямской службы в России являлось:

- а) дорогостоящие перевозки
- б) небезопасные перевозки
- в) длительное время перевозки
- г) некомфортные перевозки

4. Своеобразие в развитии отечественных процессов экономической деятельности:

- а) хозяйственное многообразие российского общества
- б) этнокультурное многообразие российского общества
- в) хозяйственное и этнокультурное
- г) нет правильного ответа

5. После 1917г. были осуществлены радикальные преобразования:
- а) в сфере торговли
 - б) в сфере образования
 - в) в политической сфере
 - г) в системе рыночного хозяйствования и отношения собственности
6. Первые ярмарки появились на Руси в:
- а) XVI веке
 - б) XVII веке
 - в) XVIII веке
 - г) XIX веке
7. Количество заведений рыночной торговли в России накануне Первой мировой войны составляла:
- а) 500 тыс.
 - б) более миллиона
 - в) 2 миллиона
 - г) их было очень мало
8. Важнейшими этапами индустриализации дореволюционной России стали промышленные подъемы:
- а) 1887-1889 и 1903-1906 гг.
 - б) 1890-1893 и 1905-1909 гг.
 - в) 1893-1899 и 1909-1913 гг.
 - г) 1895-1896 и 1910-1915 гг.
9. В 1912-1913 гг. Русско-Балтийский завод в Санкт-Петербурге приступил к производству:
- а) ракет
 - б) судов и кораблей
 - в) многомоторных самолетов
 - г) ко всему вышеперечисленному
10. Первая гостиничная сеть в России называлась:
- а) «Путник»
 - б) «Евразия»
 - в) «Россия»
 - г) «Интурист»
11. Первый комплексный центр по бытовому обслуживанию назывался:
- а) ДОМ быта, фирма «Заря»
 - б) ДОМ быта, фирма «Ударник»
 - в) фирма «Искра»
 - г) обслуживающий центр «Техник»

12. В каком веке значение ярмарок постепенно начинает снижаться?

- а) XIX век
- б) на грани XIX-XX вв.
- в) XX век
- г) значение не снижается до сих пор

13. Как развивалась в России сервисная деятельность и обслуживание по сравнению с развитыми странами?

А) одновременно, одинаково Б) более отстало В) динамичнее Г) скачкообразное развитие

14. Длина первой Ж/Д в России?

- а) 27 км.
- б) 100 км.
- в) 120 км.
- г) 200 км.

15. Кем в России был изобретен первый паровоз?

- а) братья Богдановы
- б) А.Д. Михайлов
- в) А.Д. Михайлов, М.А. Королев
- г) братья Черепановы

16. Какое место в мире занимала первая гостиничная сеть?

- а) 18
- б) 20
- в) 23
- г) 25

17. Сколько номеров насчитывала первая гостиничная цепь?

- а) 27 тыс.
- б) 30 тыс.
- в) 32 тыс.
- г) 35 тыс.

18. Направление хозяйственно вспомогательной деятельности народов дореволюционной России связанных с различной деятельностью и бытовым самообслуживанием жителей разных территорий называется:

- а) натуральное хозяйство
- б) народные ремесла
- в) кооперативы
- г) содружества

19. Крупная зарубежная фирма, работавшая в России, которая представляла свою продукцию, называлась:

- а) фирма «Санача»
- б) кампания «Вест корпорэйшн»
- в) фирма «Венша»
- г) кампания «Зингер»

20. В каком году в России изобрели первый паровоз?

- а) 1801 г.
- б) 1820 г.
- в) 1829 г.
- г) 1833 г.

21. В каком веке в России начала развиваться банковская система?

- а) середина XVII в.
- б) XVIII-XIX в.
- в) XIX в.
- г) XX в.

22. Ориентация на расширение производства, достижение прибыли индивидуального успеха и другое - это:

- а) эгоизм
- б) интеграция
- в) практицизм
- г) профессионализм

23. Удовлетворение жизненных потребностей людей со средним и низким достатком в России на данном этапе развития сервисной деятельности носило характер:

- а) принуждения
- б) самообслуживания
- в) наемный
- г) дорогооплачиваемый

24. Форма объединения, которую выработали во второй половине XIX в. русские мастерские люди, крестьяне и ремесленники:

- а) артель
- б) монополия
- в) собрания
- г) картель

25. Когда в России происходил переход деятельности связанный с услугами, от традиционных форм к индустриально-массовым формам?

- а) XV в.
- б) в середине XVIII в.
- в) на рубеже XIX-XX вв.
- г) XVII в.

26. Какой характер носили все преобразования советского периода?

- а) произвольный
- б) частичный контроль со стороны государства
- в) бытовой
- г) под жестким контролем партийно-государственного аппарата

27. Какую роль в развитии сервисной деятельности начиная с XV в. носило этнокультурное многообразие российского общества?

- а) замедляющую
- б) помогало развиваться
- в) не имело никакого значения
- г) нет правильного ответа

28. В какой период развития индустриального производства в России усиливается конкуренция и создаются формы организаций, облегчающие сбыт продукции?

- а) 1890-1893 гг.
- б) 1899-1909 гг.
- в) промышленные подъемы 1893-1899 и 1909-1913 гг.
- г) нет правильного ответа

29. Кооперативное движение получило широкое распространение в России:

- а) в XVIII в.
- б) в России не было кооперативного движения
- в) в конце XVII в.
- г) в конце XIX - начале XX в.

30. В связи с чем в конце XVIII в. пошла на убыль такая форма развлечения, как скоморошество?

- а) государство выступило против
- б) церковь выступила против
- в) не хватало средств
- г) ответы а и б - не верны

31. Какой характер носили массовые развлечения и общественный отдых жителей крупных городов России между революциями 1905 и 1917 гг.?

- а) принудительный
- б) бытовой
- в) современный
- г) массовых развлечений не было

32. В какой период среди городской публики вошли в моду спортсмены, автогонщики и авиаторы?

- а) 1909 г.
- б) 1914 г.
- в) 1912-1914 гг.
- г) 1905 г.

33. Какую финансовую поддержку имели организации сферы бытовых услуг, культурные и спортивные учреждения во второй половине 80-х годов?

- а) самостоятельная финансовая поддержка
- б) переход на хозрасчет
- в) поддержка церкви
- г) нет правильного ответа

34. Как была развита в России сфера образования и подготовки современных кадров во второй половине 80-х годов?

- а) не развита
- б) достаточно эффективно
- в) не существовало социального обеспечения
- г) находилась под жестким контролем государства

35. К какой сфере услуг относилось жилищно-коммунальное хозяйство?

- а) отличалось дороговизной
- б) было недоступно
- в) действовало на принципах неполного хозрасчета
- г) было бесплатно

Тест 3

1. Сервисная деятельность генерируется?

- а) специализированными структурами обслуживания.
- б) работой персонала.
- в) услугами.

2. Оказание услуг - это:

- а) работа
- б) труд
- в) деятельность

3. Субъекты сервисной деятельности создают:

- а) услуги
- б) национальный туристский продукт
- в) сервисные продукты

4. В национальный туристский продукт входят природно-климатические и ландшафтные ресурсы?

- а) да
- б) нет
- в) частично

5. Вторичный сектор включает:

- а) взаимодействие сотрудников
- б) индустриальные отрасли
- в) перечень видов деятельности

6. Сколько секторов существует в сервисной деятельности?

- а) 1
- б) 4
- в) 5

7. Входят ли заказчики в потребителей сервиса?

- а) да
- б) нет
- в) не все

8. Связаны ли между собой индивидуальные и общественные потребности?

- а) да
- б) нет
- в) частично

9. Социальные и культурные потребности сопровождают человека:

- а) до 10 лет
- б) всю его сознательную жизнь
- в) до 45 лет

10. Какие функции, развиваясь в рамках хозяйства на чисто коммерческих или смешанных началах, выполняет сервисная деятельность?

- а) социальные
- б) культурные
- в) первичные

11. Что отображают индивидуальные потребности?

- а) общественные затраты
- б) социальные функции
- в) личностные затраты

12. Ключевое слово понятия «потребность»?

- а) потребитель
- б) помощник
- в) потребляющий

13. Что делает сервисная деятельность отличной от материального производства?

- а) косвенная связь с конечным этапом потребителя
- б) прямая связь с конечным этапом потребления
- в) связь с потребителем

14. Труд и обслуживание людей на предприятиях сервиса организованы по типу:

- а) индустриального производства
- б) промышленного производства
- в) материального производства

15. Сервисная, деятельность современного типа приобретает:

- а) социально-культурный характер
- б) индустриальный характер
- в) индивидуализированный характер

16. Зависит ли сервисная деятельность от географических, поселенческих и демографических факторов?

- а) да
- б) нет
- в) частично

17. Какие виды сервисной деятельности, использующие благоприятные природно-климатические условия как необходимое условие удовлетворения потребностей клиентов и неотъемлемую часть бизнеса, процветают во многих регионах страны в настоящее время?

- а) медицинский и оздоровительный сервис
- б) туристский и оздоровительный сервис
- в) медицинский, оздоровительный и туристский сервис

18. Одним из наиболее важных факторов территориального размещения людей являются:

- а) городское поселение
- б) сельское поселение
- в) городское и сельское поселение

19. На характер и содержание сервисной деятельности влияет:

- а) климат
- б) климат, ландшафт, плотность и структура размещения людей на территории
- в) климат и ландшафт

20. Какие демографические процессы сказываются на сфере услуг?
а) изменение роли женщин в социальной жизни, снижение (увеличение) межнациональных браков, снижение (увеличение) многодетных семей, число разводов или увеличение доли одиноких граждан.

- б) изменение роли женщин в социальной жизни
- в) снижение (увеличение) межнациональных браков

21. Какими институтами регулировалось развитие услуг?

- а) государственными
- б) государственно-правовыми
- в) правовыми

22. В чем рассматривается государственно-правовая деятельность?

- а) теория общественного блага
- б) правовые и финансовые механизмы
- в) система общественных благ

23. Существует ли связь между институтами государственной власти, механизмами правового регулирования и сферой услуг?

- а) да
- б) нет
- в) частично

24. Что понимается под сферой социальных отношений?

- а) сложная сеть взаимодействия людей
- б) процессы характерные для всех областей жизнедеятельности
- в) сложная сеть взаимодействия людей, а также процессы характерные для всех областей жизнедеятельности и состоящие из массовых и групповых связей, ролевых и статусных положений людей

25. В чем выражается стратификационное деление общества?

- а) в отношениях равенства-неравенства
- б) в отношениях равенства-неравенства, в принадлежности людей к определенным классам и социальным слоям, в степени развития потребностей и удовлетворения запросов
- в) в степени развития потребностей и удовлетворения запросов

26. Что понимается под жизнеобеспечением той или иной страны?

- а) производственная деятельность
- б) трудовая и социальная кооперация между людьми
- в) комплекс общественных и индивидуальных усилий, нацеленных на воспроизводство и развития условий жизни людей

27. Сервисная деятельность как часть социоэкономической деятельности тесно связана:

- а) с бытом и домашним хозяйством населения
- б) с социальными слоями и группами
- в) с разными аспектами культурной практики

28. Существует ли связь сервисной деятельности с наукой, искусством и религией?

- а) да
- б) нет
- в) частично

29. Связаны ли между собой художественное творчество и сервисная деятельность?

- а) да
- б) нет
- в) частично

30. Направление деятельности в сфере художественно-эстетической активности определяется как:

- а) социокультурные услуги
- б) организация развлечений и отдыха
- в) социокультурные услуги, организация развлечений и отдыха

Тест 4

1. Где зародились услуги современного типа?

- а) Америка
- б) Западная Европа
- в) Африка

2. Что характерно для первого этапа индустриализации?

- а) обнищание определенных слоев населения
- б) урбанизация
- в) развитие рекламы

3. Какая страна стала пионером в создании индустрии обслуживания?

- а) Англия
- б) США
- в) Япония

4. На основе каких факторов развивалась экономика США?

- а) техническая оснащенность производства
- б) рыночные принципы
- в) оба варианта верны

5. В какой стране впервые стали продаваться товары в кредит?
- а) США
 - б) Россия
 - в) Австралия
6. На рубеже каких годов в развитых странах стали проявляться качества постиндустриального общества?
- а) 60-70х гг.
 - б) 50-60х гг.
 - в) 80-90х гг.
7. Какое общество возникло в 59-60х гг. XX века в странах Запада?
- а) «общество изобилия»
 - б) «общество дефицита»
 - в) «общество потребления»
8. С чем связана информационная революция?
- а) с ростом городов
 - б) с появлением у людей компьютерной техники
 - в) нет правильного ответа
9. Индия, Сингапур, Малайзия - это:
- а) новые индустриальные страны
 - б) страны ЕС
 - в) развитые страны
10. Кто определили важнейшие характеристики постиндустриальной экономики?
- а) Дж. Локк
 - б) К. Ямагучи
 - в) А. Смит
11. К чему приводит развитие техногенной цивилизации?
- а) внутренний кризис человека
 - б) глобальные катастрофы
 - в) оба варианта верны
12. Какие страны являются основным поставщиком энергоносителей на мировом рынке?
- а) Африканские страны
 - б) Латиноамериканские страны
 - в) страны Востока
13. Что способствовало повышению роли сервисной деятельности?
- а) контроль над всеми сферами жизни
 - б) процесс индустриализации
 - в) централизация экономики

14. В каком направлении эволюционирует сервисная деятельность в развивающихся странах?

- а) в том же, что и индустриально развитые страны Запада
- б) по своему пути
- в) по пути, противоположному странам запада

15. Что характерно для предпринимательства развивающихся стран?

- а) холдинги
- б) мелкое предпринимательство
- в) корпорации

16. С чем связана сервизация экономики в 60-70х гг.?

- а) с повышенным спросом на услуги
- б) с активным инвестированием в инфраструктурные отрасли
- в) с маленькими налогами

17. Что способствовало развитию стран Юго-Восточной Азии?

- а) государственная политика
- б) влияние Запада
- в) нет правильного ответа

18. Для какой страны характерно понятие хозяйственного практицизма?

- а) Россия
- б) США
- в) ИНДИЯ

19. Когда впервые появились ярмарки на Руси?

- а) 15 век
- б) 17 век
- в) 16 век

20. Что влияло на формы обслуживания в России?

- а) восточная культура
- б) западная культура
- в) нет правильного ответа

21. Когда в России была создана сложная система образования?

- а) начало 20 века
- б) середина 18 века
- в) конец 19 века

22. Какой характер приняли реформы, предпринятые в СССР в сер. 80-х годов?

- а) модернизации
- б) разрушающий
- в) тормозящий

23. Кто из российских правителей проводил особенно активную политику модернизации?

- а) Петр I и Александр II
- б) Александр III и Борис Годунов
- в) Петр I и Екатерина II

24. В каком году была открыта русская биржа?

- а) 1804 г.
- б) 1703 г.
- в) 1900 г.

25. Какое движение получило широкое распространение в России в конце XIX начале XX века?

- а) синдикатное
- б) кооперативное
- в) артельное

26. Когда главенствующую роль заняли стационарные формы торговли?

- а) 19-20 век
- б) 18 век
- в) 15 век

27. За счет чего финансировалось «бесплатное потребление» в СССР?

- а) семейный бюджет
- б) общественные фонды
- в) государство

28. В какие годы в дореволюционной России наблюдался промышленный подъем?

- а) 1800-1812, 1901-1903
- б) 1861-1864, 1906-1914
- в) 1893-1899, 1909-1913

29. В какую сферу ресурсы в СССР выделялись в последнюю очередь?

- а) ВПК
- б) тяжелая промышленность
- в) сфера услуг

30. Борьбу с чем в 18 веке вела церковь?

- а) скоморошество
- б) секты
- в) государство

31. Объединение работников для производства какой-либо несложной работы?

- а) артель
- б) бригада
- в) картель

32. Что стимулирует сложная структура индустриально-промышленного производства?

- а) новое перераспределение ресурсов между разными отраслями хозяйства
- б) слияние разных отраслей хозяйства
- в) нет правильного ответа

33. Чем определялись характер и динамика услуг в России?

- а) суровые климатические условия жизни
- б) обширная, но мало обжитая территория
- в) оба варианта верны

34. Когда стала создаваться система светского образования в России?

- а) в XV веке
- б) в период Петровских реформ
- в) в XIX веке

35. Какая задача социальной политики в современной России является важнейшей?

- а) адаптация социальной сферы к рыночным условиям
- б) уменьшение дифференциации в образе жизни людей
- в) оба варианта верны